



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

**PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de
Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque”**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestra en Administración de Negocios - MBA

Autora:

Cabrejos Bravo, Yuliana Del Rosario (ORCID: 0000-0002-6021-193X)

Asesor:

Dr. Dios Castillo, Christian Abraham (ORCID: 0000-0002-2469-9237)

Línea de Investigación:

Modelo y Herramientas
Gerenciales

Chiclayo - Perú

2020

Dedicatoria

Se las dedico a mis padres, Carlos Enrique y Carmen Rosa, a mi hermana Karla junto a su esposo, a mi pequeña sobrinita María Fernanda por ser la alegría de la familia, y para algunas personas especiales que forman parte de mi vida, gracias a ellos por estar siempre estar a mi lado, por su apoyo incondicional, quienes en mi vida han velado por mi bienestar en todo momento, por los consejos, por su motivación, pero más que nada, por su amor, por mostrarme día a día que con humildad, paciencia y sabiduría todo es posible.

Yuliana Del Rosario
Cabrejos Bravo

Agradecimiento

Agradezco a Dios por ser esa fuerza y luz que me guía, por haber iluminado mi camino con ideas y oportunidades.

Un profundo agradecimiento a mi asesor Dr. Dios Castillo Christian Abraham, por su ayuda en el asesoramiento del desarrollo de mi Tesis, por su enseñanza académica por sus consejos y su carisma.

También agradezco algunos de mis colegas, docentes que me sirvieron de soporte en el transcurso de esta investigación.

Yuliana Del Rosario Cabrejos Bravo

Índice de Contenidos

Carátula-----	i
Dedicatoria-----	ii
Agradecimiento-----	iii
Índice de Contenidos-----	iv
Índice de Tablas-----	v
Índice de Figuras-----	vi
Resumen-----	viii
Abstract-----	ix
I. INTRODUCCIÓN-----	1
II. MARCO TEÓRICO-----	3
III. METODOLOGÍA-----	13
3.1. Tipo y diseño de investigación-----	13
3.2. Operacionalización de variables-----	14
3.3. Población, muestra y muestreo-----	14
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos-----	14
3.5. Procedimientos-----	15
3.6. Método de análisis de datos-----	15
3.7. Aspectos éticos-----	15
IV. RESULTADOS-----	16
V. DISCUSIÓN-----	19
VI. CONCLUSIONES-----	23
VII. RECOMENDACIONES-----	24
VIII. PROPUESTA-----	25
REFERENCIAS-----	27
ANEXOS-----	32

Índice de Tablas

Tabla 1: Tipo de viabilidad-----	129
Tabla 2: Fases de la propuesta-----	102
Tabla 3: Análisis Estratégico (Foda)-----	106
Tabla 4 Plan de Acción-----	107
Tabla 5: Plan Operativo-----	110
Tabla 6: Demanda Potencial-----	113
Tabla 7: Proyección de Costos de Producción-----	113
Tabla 8: Proyección de Producción e Ingresos-----	113
Tabla 9: Estado de Ganancias y Pérdidas-----	114
Tabla 10: Activos Fijos-----	114
Tabla 11: Presupuesto-----	115
Tabla 12: Flujo de Caja Proyectado-----	116
Tabla 13: Resultados Esperados-----	117

Índice de Figuras

Figura 1: ¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante? -	
-----	48
Figura 2. ¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada? -----	51
Figura 3. ¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque? -----	
-----	54
Figura 4. ¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?-----	57
Figura 5. Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, ¿le parece interesante para un servicio de consultoría?-----	60
Figura 6. Cuándo escucha servicio de consultoría ¿Cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa? -----	63
Figura 7. ¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector? -----	66
Figura 8. ¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría? -----	69
Figura 9. ¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías? -----	72
Figura 10. ¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante? -----	75
Figura 11. ¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo? -	
-----	78
Figura 12. ¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas? -----	81

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Componentes de los Planes de Negocios-----	125
Gráfico 2: Dimensiones de Plan de Negocio-----	125
Gráfico 3: Tipos de Emprendimientos-----	126
Gráfico 4: Tipos de Emprendedores-----	126
Gráfico 5: Dimensiones de Emprendimiento-----	127
Gráfico 6: Tipos de Coaching-----	127
Gráfico 7: Fases del Proceso de Coaching-----	127
Gráfico 8: Dimensiones de la Viabilidad-----	128
Gráfico 9: Servicios turísticos-----	128
Gráfico 10: Plan de Seguimiento-----	107
Gráfico 11: Flujograma de Propuesta-----	111
Gráfico 12: Organigrama de la propuesta-----	112

RESUMEN

La siguiente investigación tiene como intención diseñar una propuesta de plan de negocio para la implementación de una consultora de emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque, el proceso de esta se aplicó el método descriptivo analítico para la principal fase del análisis del problema identificado, así mismo se trabajó con una muestra de 40, 55, 56 y 15 elementos de los cuatro indicadores de nuestra población tomados del directorio de servicios turísticos de la región Lambayeque, los cuales estuvieron calculados a través de un muestreo aleatorio, el tipo de muestreo probabilístico, debido a que se obtuvo como principal característica de la población en analizar y estudiar los grupos específicos de la población que se está tomando. Los datos fueron procesados estadísticamente a través de software especializado Excel, exponiendo como resultados apreciables de la investigación que los prestadores de servicios buscan poder mejorar cada vez más en cuanto a capacitaciones y en poder optimizar sus ventas. Después de un análisis de resultados se concluye ser asesorados teniendo una estructura básica para sobresalir frente a sus competidores. Posteriormente se recomienda estar siempre al pendiente de los emprendedores de esta forma podrán adquirir la información para orientarlos en la gestión de sus negocios.

Palabras Claves: Plan de Negocios, Consultoras, Emprendimientos de Servicios Turísticos

ABSTRACT

The following investigation intends to design a business plan proposal for the implementation of a consulting firm for tourist services in Lambayeque, the process of which was applied the analytical descriptive method for the main phase of the analysis of the identified problem, and also worked with a sample of 40, 55, 56 and 15 elements of the four indicators of our population taken from the directory of tourist services in the Lambayeque region, which were calculated through random sampling, the type of probabilistic sampling, due to that was obtained as the main characteristic of the population in analyzing and studying the specific groups of the population that is being taken. The data was statistically processed through specialized Excel software, stating as appreciable results of the research that service providers seek to improve more and more in terms of training and to optimize their sales. After an analysis of the results, it is concluded to be advised having a basic structure to excel against its competitors. Subsequently, it is recommended to always be aware of entrepreneurs so that they can acquire the information to guide them in the management of their businesses.

Keyword: Business Plan, Consultants, Tourist Services Enterprises

I. INTRODUCCIÓN

La presente investigación se realiza como respuesta a una motivación profesional, en realizar un plan de negocio para la implementación de una consultora de emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque, cuya debilidad es que los clientes buscan la necesidad de capacitarse, mejorar ventas, su comercialización, formalización, marketing; finalmente se pretende llegar a que los servicios de consultoría en el que trata todo tipo de prestaciones e inclusive los propios consultores suelen especializarse en algún tipo de servicio. La ayuda en consultoría, responde a la escasez de atender los requerimientos o confusiones que enfrenta una organización en determinado instante o suceso; es necesario siempre evaluar las características que afectan el funcionamiento del mismo, así como el análisis de los emprendimientos ya que es un factor clave para el crecimiento y sostenimiento para nuevas consultoras que sea competitivo y puedan satisfacer las necesidades de los usuarios finales, de igual manera se tiene que realizar las estrategias de comercialización con el fin de buscar un reconocimiento y llevar al éxito la empresa que se quiera colocar y poder obtener la satisfacción a los diferente cliente potenciales. Una vez identificado se manifestó el siguiente problema ¿En qué medida un plan de negocios favorece la implementación de una consultora de emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque?

En cuanto a la Justificación está relaciona con la importancia del estudio el cual es conveniente porque resuelve problemas en cuanto a las diferentes consultorías de emprendimientos turísticos, se considera que los principales beneficiarios de este proceso de investigación no solo serán los empresarios y emprendedores sino todos los clientes que puedan acceden a esta consultoría. En la Justificación Científica la utilidad metodológica está relacionada con el aporte de la propuesta puede ser aplicable a la empresa o lograr utilizar como referencia hacia nuevos estudios o tesis parecidas ya sean de planes de negocios o emprendimientos de servicios turísticos. En la Justificación Institucional; está relacionada para implementar consultoras turísticas que servirá como una herramienta empresarial para contribuir a los diferentes

fortalecimientos del sector empresarial y turístico y atenuar el avance tanto económico como empresarialmente, en semejante forma se persigue la mejora y el interés que puede servir como referencia esta investigación para que tenga viabilidad en ese ámbito. En la Justificación Social de la investigación radica en que los beneficiarios son los clientes como fuente de ventajas competitivas, al demostrar esta necesidad las consultoras podrán recurrir a expertos que les brinden el soporte necesario para poder comprender y diseñar estrategias que los ayuden a transformar o gestionar de una manera adecuada las propuestas de experiencias de los clientes y tengan éxito y buenos resultados satisfactorios, siempre es indispensable contar con el compromiso de toda la empresa consultora, ya que de esta manera se podrá lograr que las consultoras de emprendimientos generen un cambio y el beneficio que este se obtendrá se pueda contribuir a satisfacer las necesidades de la sociedad generando ingresos y oportunidades laborales para todas las personas involucrada en esta gestión. La investigación está relacionada con la importancia del estudio convirtiéndose en una referente pues se plantea una mejora de paradigmas para las consultoras siendo un tema innovado dentro del ámbito turístico.

Por lo tanto, el Objetivo General en el que se basa la investigación es: Diseñar una Propuesta de Plan de Negocio para la Implementación de una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque; así mismo los objetivos específicos se detallan en: Evaluar el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Lambayeque; Elaborar el Plan de negocios de la consultora de servicios turísticos; Determinar la viabilidad para una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos.

Teniendo el planteamiento del problema y a fin de poder encaminar la investigación se planteó como hipótesis el poder aplicar la elaboración de una propuesta de plan de negocio, logrando viabilidad de una consultora que esté relacionada a emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque.

II. MARCO TEÓRICO

Con respecto a la realidad problemática de la investigación, a Nivel Internacional destaca: En España; Internacionalización de servicios turísticos. Un enfoque transversal, Este artículo nos comenta que la problemática en las diferentes experiencias del turista en ese lugar, se sabe que siempre va haber altos y bajos, pero ubica a la empresa en una posición muy privilegia para que estos puedan entender los retos que sitúa al turismo en otros países. (Fernández G. 2017)

Tendencias de negocios con futuro en 2019, en el artículo comenta que la problemática de los clientes rígidos en un mercado con abundante acogida de casi todo, lo que da resistencia es la instancia de calidad, desde la subsistencia en comida inclusive el turismo o las grandes riquezas de consumo que es el mayor dominio alcanzable, mayor capacidad de ajuste del beneficio a las necesidades definidas de cada usuario, el fortalecimiento de los grupos de compradores cabe aludir las predisposiciones socioculturales y estadísticas, cualesquiera que viven convirtiendo la forma de hallarse en la colectividad y que están facilitando lugar a nuevas necesidades y por tanto a nuevas circunstancias de acciones próximas. (Santos, J. 2019).

Emprendimiento turístico: Una puerta para descubrir Colombia, este artículo nos comenta que la problemática que se conoce en edificar un entorno y obtener puestos naturales para formar y equilibrar potencialidades para el viajero, los beneficios son el efecto siempre de un compromiso en conjunto, asimismo queda la práctica, la efusión y las esperanzas de surgir mejoras de varias personas en el turismo. (Moreno, M. 2018).

Con respecto A Nivel Nacional; En Ecuador un país emprendedor e innovador. Se descubre un liderazgo compuesto que solicita ser puesto en énfasis dado los informes e importancia de este prototipo de decisiones igualmente como el aumento de colaboradores implicados la misma que posee desarrollada en respectivo poco tiempo, procurando la generación que brinde la capacidad de implementación de nuevas estrategias.

Lima; Vivencial Tours: Jóvenes emprendedores: Consultoría turística (2019). En este artículo periodístico trata sobre jóvenes empresarios realizando con éxito empresas sobre proyectos turísticos, lo que estos buscan es que la población pueda relacionarse con los diferentes turistas compartiendo sus formas de vida, impulsando a mejorar cada día como pequeñas consultoras de Turismo.

Ecuador; Emprendimiento como factor del desarrollo turístico rural sostenible; este artículo nos comenta que los emprendimientos escasean de veracidad y consolidación para desarrollar diferentes consultoras, se sabe que al desarrollarlo esto puede generar mucho ingreso no solo económicamente sino socialmente. (Oyarvide, H. 2016)

Con respecto a nivel regional destaca; Lambayeque; Ecolodge Huaca de Piedra; esta noticia nos comenta que Lambayeque tiene variedad recursos turísticos, pero se le tiene que hacer una buena promoción, es por ello que el Ecolodge Huaca piedra empezó este emprendimiento haciendo que se promueve estas actividades para generar mayor potencial turístico en nuestra región. (Castro J. 2019)

Lambayeque apuesta por los emprendimientos en TRC, Sustentó que se promueven emprendimientos en el sector Turismo, tras el lanzamiento de la tercera convocatoria del programa Turismo Emprende, que busca juntar a las microempresas al vínculo de valor turístico formal. (Fernández J. 2019)

Lambayeque apuesta por diversificar su oferta turística para atraer más turistas, Esta noticia nos comenta que Lambayeque tiene potencial en el ámbito turístico por ello se desarrollara este programa el de promover actividad turística de aventura y deportiva, es bueno que los viajeros estén en contacto con la naturaleza, salgan de la rutina de sus vidas cotidianas. (Quispe O. 2018).

Con respecto a nivel Internacional de los trabajos previos destaca; Mesa (2015) en su indagación relacionada a plan de negocio en creación de una empresa, es ejecutar un estudio hacia establecer la coyuntura de instaurar una comercializadora de filtros de agua, para que se lleve agua limpia a diferentes lugares que más lo necesitan ya que sabrán utilizarlo de la mejor manera.

Cardenal (2016) en su investigación plan de negocios en importación y comercialización; es útil porque el aceite de maní es muy beneficioso, tiene propiedades que al consumir esto puede ayudarte para todo como el de disminuir enfermedades, se utiliza para la preparación de comidas también y varias empresas farmacéuticas lo utilizan.

Upegui (2017), en su investigación plan de negocios; presentan pruebas que accedan equilibrar un nicho de mercado con circunstancias provechosas; como son las bodas, esta indagación es rentable porque actualmente las personas requieren de esta para capturar los momentos especiales de sus vidas, es por ello que la investigación que se describe línea arriba es muy buena ya que también generaría empleo.

García (2015) en su investigación titulada emprendimiento empresarial; el acercamiento a proyectos, es útil porque generalmente se ve variedad de jóvenes que no tienen trabajo, es por ello que esta propuesta es bastante acertada en incentivar de qué manera la juventud puede emprender en algo.

Castillo (2015) en su investigación titulada emprendimiento y cultura; presenta en evidenciar el valor de afinidad entre el conocimiento de la humanidad y la apreciación de la persona negociante, permite dar conocer cuál es el conocimiento que tienen la misma población entre emprendimiento y la cultura si realmente tienen claro este concepto en cuanto al ámbito turístico.

A Nivel Nacional destaca; Garro E.; López A.; Montalván J.; (2017) en su investigación titulada plan de negocio de un bar pisquero; muestra como conocer los tipos de demanda que permita identificar al público equitativo y sus preferencias de consumo, este plan es viable y reúne las condiciones para su implementación.

Villacres (2017) en su investigación gestión del emprendimiento; presenta como principal exponer como el servicio del emprendimiento interviene propiciamente en la competitividad; la conclusión más importante fue manifestar que el trabajo eficaz de las mipymes en concordancia con la proyección trascendental, el aprendizaje del personal y el juicio del cliente interviene esencialmente en la aptitud y la persistencia en un mercado cada vez más profesional.

Armijo (2019), en su investigación titulada tensiones y negociaciones, lo más importante fue explorar y congregar con emprendedores o personas con otras referencias, pero con beneficios abundantes tal esperanza de optimizar el entorno desde sus diferentes aspectos.

Barrantes J.; Carhuatocto J.; Coronado M.; Díaz J.; Jiménez D. (2017) en su investigación titulada plan de negocio de servicio de mudanza integral; esta pesquisa permite conocer los en que el personal calificado debe concentrarse en ofrecer los diferentes servicios para que este pueda sentirse y tener una buena comodidad aumentando la satisfacción y las buenas expectativas de los clientes.

Calderón M. (2018) en su investigación titulada para la creación de una marca de ropa; presenta como establecer la viabilidad financiera y productiva para la ejecución del modelo de negocio, esta investigación es útil porque se busca mayormente ropa de buena calidad, una atención personalizada para sus clientes, diferentes tendencias ya que siempre nos gusta estar a la moda, sería algo factible para todo el público femenino tener este tipo de negocios.

A Nivel Regional destaca; Mundaca J. (2018), en su investigación titulada modelo conceptual de desarrollo empresarial; presenta como una Guía que se deriva y contiene cambios y situaciones de alineación: El progreso del ánimo corporativo, así como la práctica precedente, mejora de lo básico; generación de opiniones y valor de circunstancias nuevas en diferente acciones; un proceso del tipo de acción, preparación de los planes y el cambio de desarrollo eficiente de la empresa; tener la mentalidad de incentiva ,el espíritu empresarial y el carácter emprendedor.

Hernández (2016), en su investigación titulada idea de un programa de servicios empresariales; presenta el creciente aumento de ayuda por parte de las organizaciones ocasiona la escasez de la crear consultorías alienadas a ellos, así mismo el incremento y la propagación de pequeñas empresas en diferentes secciones hace necesaria indagar nuevas iniciativas hacia optimar la capacidad y el talento de la organización; por ello es bueno emprender en consultorías.

Sánchez (2018) en su investigación plan de negocios para la rentabilidad; presenta como poder elaborar un plan para alcanzar buena rentabilidad de una empresa constructora; esta investigación es útil porque la competitividad del mercado en colocar empresas consultoras y constructoras son bastantes buscados, el crear esto es una buena iniciativa al mundo empresarial.

Vargas (2017) en su investigación propuesta de fortalecimiento de turismo educativo; presenta plantear una guía para inicial el lanzamiento comunitario; la conclusión más importante fue el turismo que al mejorar ayude en reforzar la creatividad e innovación, la intervención urbana, los diferentes desplazamientos, gestiones que se harán y sobre todo tener la identificación para el progreso en las comunidades.

Arévalo Z. (2018) en su investigación plan de estrategias de merchandising; presenta formas de merchandising para suscitar el turismo; este plan de estrategias hará que sobresalga, se conozca y se valore más de lo que tiene el lugar turístico, siempre se debe resaltar las bondades que tiene un lugar para que se conocido por variedad de turistas.

En cuanto a las teorías relacionadas al tema: Para Siegel, Ford y Bornstein (1993). nos dice que actualmente y en todo momento los planes de negocios siempre se van a utilizar porque es el medio que te va ayudar a que tu empresa tenga un buen funcionamiento, teniendo en cuenta el presupuesto, el personal, las herramientas necesarias para esto.

Para Lambing y Kuehl (1998); afirma que un empresario siempre va a necesitar un plan de negocios, para poder llevar su empresa hacia lo más alto posible, es tener una guía para saber sobrellevar su empresa.

Anzola (1998), nos dice que el plan de negocio sirve como medio para comunicar las ideas respectivas para sacar a flote una empresa y no haya ningún riesgo al plasmarlo a la realidad.

Fleitman J. (2000), dice que los planes de negocios ayudaran a definir las diferentes etapas que tienes que hacer para colocar tu empresa, a esto uno

tiene que seguir paso por paso teniendo en cuenta precisamente todo para conseguir las metas que uno se propone realizar durante este proceso.

Rodríguez (2001), como nos dice el autor es la base primordial para lograr los propósitos que una persona tiene en mente para realizar su empresa, determinar sus funciones administrativas, el control y la dirección de quien asumirá el cargo correspondiente.

Para Longenecker, Moore y Petty (2001), definen el plan de negocio que son las ideas respectivas para una empresa, dentro de esta se considera los cuatro aspectos básicos para que se asemeje a las circunstancias en las acciones, sobre todo en que rubro uno quiere tener con su empresa, ver oportunidades para poder desarrollarlas respectivamente.

Según Justin G. Longenecker (2001), es un documento donde se plasman las ideas de negocios, que combina una serie de herramienta para el análisis y creación de una estructura organizada, planeada y estratégica logrando conclusiones veraces y precisas para una empresa y/o organización, incluyendo cuatro factores importantes tal como: Socioeconómico, Mercados, Ambiental, Financiero; En base a estos 4 pilares esenciales es como se complementa el plan de negocios debido a la importancia que representa estos factores en desarrollo de una empresa". Esto nos dice que en los planes de negocios se tiene que dar los factores primordiales como los menciona líneas arriba el autor, es parte fundamental para que la empresa pueda tener éxito.

Según Pérez (2002) nos dice que es aquello que sirve a fin de un ideal para realizar una empresa como el financiamiento adecuado.

Para Porter M. (2001), enfocado a lo anterior en la coyuntura aparece la necesidad de planear su negocio visualizar su comportamiento en el mercado por lo que resulta sumamente importante conocer la elaboración de un plan de negocios". El Comentario respectivo es como dice Porter hoy por hoy toda empresa para salir al mercado tiene q tener su plan de negocio para cumplir con las especificaciones y las expectativas que tendrá su empresa para los clientes.

Para Denisis M. (2012), para los autores nos comenta que los planes de negocios son esenciales porque tiene que ver la parte financiera, rentabilidad, la concordancia entre la organización y los consumidores generando operatividad en el ámbito empresarial

Según AICAD Business School S.L, nos comenta que en la importancia tiene 3 factores fundamentales para un plan de negocio así mismo tiene que ser factible, tiene que estar a la parte con la parte administrativa, financiera, se podría decir que esas áreas son la base primordial en este plan.

González, (2008) nos afirma que: “Por ende las compañías hoy en día se ven obligadas a planear y visualizar su empresa a través del tiempo y las variables que pueden influenciar la dirección de las mismas, este es uno de los motivos fundamentales por los que existe la creciente necesidad de elaborar planes de negocios. El Comentario respectivo es en un plan de negocio aparte de seguir un orden específico se tiene que ver con que personal uno va a contar para tener la dirección y la parte operativa de la empresa.

Así mismo dentro de los Modelos de Planes de Negocios según Cervantes (2011) “Al hablar de un plan de negocios va más allá de referirnos a un papel, un reporte o informe para archivar, el plan de negocios tiene una cualidad única que es la constante actualización y evaluación para llevar control en la empresa, ya que se va adecuando y adaptando de acuerdo a las factores internos y externos que se relacionan con la empresa que se transforman a planes de acción con sus respectivos lineamientos”.

Existen diversos modelos de planes de negocios, que su elección va de acuerdo a las necesidades y usos que se le dará por el empresario, ya que cada uno tiene sus características. En el Modelo De Stanley R. Rich y David E. Gumpert; A partir de su experiencia en el MIT Enterprise Forum¹, Stanley R. Rich y David E. Gumpert, identificaron las características de este un plan que elevan la posibilidad de recibir fondos por inversionistas (Justin G. Longenecker, 2001). El Comentario respectivo es dentro de los modelos de planes de negocios de presenta una justificación, una apariencia de cómo será la empresa hacia futuro,

detallar el buen servicio que se tendrá, y ver el financiamiento que la empresa logrará.

En cuanto a los Componentes de un Plan De Negocio: Según Alberto D. Ajenjo (2000), para un plan de negocio se tiene que tener en cuenta las estrategias, la gestión, la comercialización para que una empresa pueda tener esa formalidad y desarrollar una buena gestión y dar un buen servicio a todas las personas. Como lo indica en la figura resumen de los componentes de Planes de Negocios. (ver en anexo Gráfico1)

En las dimensiones de los Planes de negocios se identifican 5 puntos más resaltantes un plan estratégico, plan de mercado, plan operativo, plan de recursos humanos (RR. HH), y plan financiero. (Ver en anexo Gráfico 2)

Según Jack Fleitman (2012), nos dice que una consultora es una prestación al cual, directivos de empresas y empleados administrativos pueden solicitar y apreciar la necesidad de apoyo o sugerencia en la solución de varias dificultades y en la organización de conocimientos en avance duradero.

Según Schumpeter (1942), nos dice que el emprendedor es aquella persona que tiene variedad de ideas y las plasma convirtiéndolo en su negocio para prosperar en lo que a esa persona le guste desarrollando diferentes innovaciones.

Para Kundel (1991), la actividad emprendedora son estrategias para un nuevo negocio, es un giro sin importar los obstáculos que se pueda tener siempre con la predisposición de realizarlos correctamente.

Para Castillo (1999), nos dice que la palabra emprendedor desde hace mucho tiempo se utiliza desde siglos pasados, para realizar algo productivo y generar beneficios económicamente.

Thornton, (1998), comenta que un emprendimiento es aquello que la gente compra, sea un bien o servicio para después hacer de ello y convertirlo en un negocio propio.

Gunning (2000), comenta que el emprendedor evalúa diferentes puntos de vista para realizar un negocio, el empresario construye las decisiones que quiere

tomar para sacar adelante a su empresa y aquello que soporta las incertidumbres de que si será o no rentable su negocio.

Según Caviglia (2008) afirma que un emprendimiento es aquel negocio que se dedica atender a las personas especialmente si son de otros lugares, ofreciéndoles un apoyo.

En cuanto a los Tipos de Emprendimientos; Según Rock Content (2018), nos comenta que hay varios tipos de emprendimientos y emprendedores, uno tiene que decidir en que rubro a ámbito se deciden para sobresalir y plasmar las ideas y convertirlos en su empresa ya que tendrán la obligación de ver si y sacar siempre adelante a su negocio. (Ver en anexo gráfico 3 y 4)

Dentro de las dimensiones que se dan en Emprendimientos de Servicios Turísticos, se menciona: Motivación del emprendedor; Competidores; Habilidades del empresario; Recursos (ver anexo gráfico 5).

Para Bayón (2011) el Coaching es una habilidad positiva que consiente en un proceso de acompañamiento individualizado a un experto, a un equipo o a una organización para desempeñar su capacidad y ser viable, propagando la confianza de sus acciones; podemos decir que el coaching es una manera de tomar decisiones que nos permitan alcanzar nuestras metas desde aspectos nunca estudiadas. Entre los tipos de coaching se puede dar el Life Coaching y Coaching Profesional, así mismo se encuentran las fases del proceso de coaching (ver en anexo gráfico 6 y 7),

Para Según Baca (2005), “Es la contingencia que tiene un propósito para ser desarrollado y aplicado de tal modo que efectúe con meta.

Según la Real Academia Española Viabilidad, por contextos, posee posibilidades de lograr llevar a cabo. En los tipos se prospectan 3 los fundamentales, aspectos técnicos, viabilidad y viabilidad institucional (Ver en anexo tabla 1)

En cuanto a las Dimensiones de la Viabilidad Según Sobrero (2009), se pronuncia el desplazamiento de un propósito de asemejar al medio actuado y transformarlo en carácter razonable, (Ver en anexo gráfico 8)

Según la OEA (1980), los Servicios Turísticos, nos comenta que al hablar de servicios turísticos nos lleva a un vínculo de actividades que van desde la información acerca del destino a visitar hasta las diferentes actividades que se puedan establecer.

En cuanto a la Definición de Servicios Turísticos según la OMT (1998), nos dice que el turismo es aquella que suma relaciones en los servicios temporales de los lugares que necesitan conocer, aquella que participan en los diferentes prestadores de servicios.

Según la Secretaría de turismo SECTUR (2008) nos dice que el turismo es aquello que toda persona realiza desplazándose de un lugar a otro fuera de su entorno habitual, para conocer diferentes lugares

Según Ramírez (2002) nos afirma que un servicio turístico es la satisfacción que se le brinda a un cliente cumpliendo con las diferentes necesidades de este.

De acuerdo con Goeldner y Ritchie (2006), comenta que el turismo hoy en día es fundamental toda persona hace turismo, conoce, explora, observa diferentes paisajes, aspectos culturales, arqueológicos etc., y puede realizar negocios enfocado a ello.

El servicio turístico es aquello que satisface al turista, ofreciéndoles calidad, buen trato, comentándoles que es lo que el turista desea así a ello se derivan los tipos en alojamientos, restaurantes, agencias de viajes etc., son diferentes servicios que este puede adquirir y estar a gusto de su estadía en el lugar donde se encuentra. (ver anexo gráfico 9).

Dentro de los Planes también se tiene que contentar el Plan Bicentenario el cual sustenta la parte de económica y crecimiento de la población en generar trabajo, así mismo en referente al turismo se considera el PENTUR complementado con el CALTUR que publica MINCETUR, donde en turismo en el Perú es de gran diversidad, historia y cultura y ayudara en cuanto a los servicios de emprendimientos.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación:

La presente investigación es Mixta, es cuantitativa ya que se harán mediciones y formulará el problema, hipótesis, variables; la utilización de datos para realizar de forma ordenada en donde se procura tomar decisiones respecto a varias opciones para una investigación adecuada. Es cualitativa porque se proyecta a conseguir resultados precisos mediante instrumentos como la encuesta para que la interpretación pueda ser coherente de acuerdo a la experiencia del investigador. Es aplicada porque aplica teorías especializadas con la indagación de los temas; así como identificar problemas y a la vez manifestar estrategias de solución; es explicativa porque no solo busca contar o aproximar al inconveniente objeto de investigación, sino que experimenta descubrir las causas del mismo y como la variable independiente influye en la dependiente; es también averiguar de forma precisa algo que no se había estudiado antes.

En el Diseño de Investigación es no experimental, porque explicará la hipótesis a través de técnicas lógicas y por un juicio de expertos y es predictiva porque proyecta o predice las consecuencias del estudio de una idea de solución al problema identificado.

$$\begin{array}{cccc} T_1 & & T_2 & \\ M & O & P & RE \end{array}$$

Dónde:

M: Emprendimientos de Servicios Turísticos. (Y)

O: Encuesta. (Y)

P: Propuesta de Plan de Negocio. (X)

T1: abril 2019

T2: diciembre 2021

RE: Implementar y ver la viabilidad en Emprendimiento.

3.2. Operacionalización de Variable

La Variable independiente es Propuesta de Plan de Negocio, donde presenta un análisis y un conjunto de estrategias detalladas del negocio que se podrán implementar para un buen éxito.

La Variable dependiente es Emprendimientos de Servicios Turísticos, requiere de habilidades ante las nuevas tendencias de productividad en servicios turístico.

3.3. Población, Muestra y Muestreo:

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)N}{E^2 (N-1) + Z^2 P(1-P)}$$

Unidad de Análisis (UA): Prestadores de Servicios Turísticos

La población de esta investigación está basada en el Directorio de Servicios Turísticos de la Región Lambayeque 2019 categorizados y registrados, teniendo como indicadores a: **1: Agencias de Viajes y de Turismo** = 87 registrados, con una muestra de ($n_1 = 40$); **2. Hostales** = 221 registrados con una muestra de ($n_2 = 55$); **3. Hoteles** = 119 registrados con una muestra de ($n_3 = 56$) y **4. Restaurantes** = 47 registrados con una muestra de ($n_4 = 15$)

Muestreo: El muestreo es tipo probabilístico porque se encargará de analizar y estudiar los grupos específicos de la población que se está tomando.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

La técnica que se utilizará para la investigación es una encuesta de forma masiva y se encuestará a los emprendedores de los servicios turísticos de la región Lambayeque, así mismo se aplicará una entrevista a los expertos en conocimientos de consultoras, con el propósito de poder saber la viabilidad de una consultoría en cuanto a servicios turísticos; la herramienta a recurrir son preguntas, se procederá la entrega de hoja a fin de recolectar las respuestas respectivas. En cuanto a la validez del instrumento será revisada por

expertos para saber si las preguntas son las adecuadas las cuales tienen el conocimiento en cuanto al tema a tratar; nivel de confiabilidad que nos dará el resultado de nuestra investigación.

3.5. Procedimiento

En cuanto a la aplicación de las encuestas y entrevistas previamente validados por expertos se realizará vía online mediante en ella se les explicará el motivo del cuestionario a realizar según la investigación a tratar.

Así mismo para el procesamiento de los datos recolectados en cuanto a tablas y gráficos se contará con el programa Excel de modo que permita la comprensión de esta y poder llegar a un resultado final.

3.6. Método de análisis de datos

En primer lugar, se empleará la estadística descriptiva para la identificación de los aspectos críticos del problema. Los estadísticos serán calculados a través de software especializado Excel; Método estadístico descriptivo.

La fundamentación de la indagación se basa en la problemática que se presenta en conocer sus necesidades de asistencia técnica, formas de consumo, nivel socioeconómico, sus deficiencias en cuanto a sus procesos, en donde ellos buscan poder mejorar cada vez más en cuanto a capacitaciones, en optimizar sus ventas.

Por lo tanto, una vez teniendo los resultados de la investigación se dará paso a responder la necesidad de brindar a los clientes y los potenciales clientes todo tipo de ayuda que necesita, poder orientarlos sobre determinados aspectos y lograr conseguir buenos resultados posibles, clave para lo propuesto en la investigación.

3.7. Aspectos éticos.

Toda información adquirida como datos personales será de forma reservada por la investigadora por la seguridad e integridad de la persona; es por ello que esta investigación se basa en tres aspectos fundamentales la confidencialidad, Veracidad e Integridad.

IV. RESULTADOS:

Según las encuestas aplicadas al Directorio de prestadores de servicios turísticos que conforman Agencias de Viajes y Turismo, Hostales, Hoteles y Restaurantes, se obtuvo que, si estaría interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante, el 85% de las agencias de viajes y de turismo opinan que están de acuerdo y totalmente de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es que si es necesaria la ejecución de tácticas de mejora en recibir asesoramiento de una consultoría para mejorar la satisfacción de los clientes y lograr brindar una buena calidad. (Ver en Anexos Figura 1)

Según la encuesta le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada, se evidencia que el 75% de los encuestados de agencias de viajes y de turismo considera de acuerdo y totalmente de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesaria la elaboración de condiciones de mejora para lograr y generar expectativas en contratar servicios de consultorías. (Ver en Anexos Figura 2)

Según la encuesta cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque, se evidencia que el 80% de los encuestados en restaurantes considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesaria la ejecución de lograr un mejoramiento de calidad de servicio para desarrollar el turismo y buscar nuevas estrategias para nuestros clientes en nuestras consultorías. (Ver en Anexos Figura 3)

Según la encuesta cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque, se evidencia que el 66.7% de los encuestados en restaurantes, considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesaria la ejecución de variedad de estrategias de mejora de las consultorías ya que puede ayudar a los planes estratégicos en cuanto al turismo para mejorar la satisfacción de los clientes. (Ver en Anexos Figura 4)

Según la encuesta los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, le parece interesante para un servicio de consultoría, se evidencia en las agencias de viajes y de turismo que el 72.5% de los encuestados considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesario buscar actualizarse constantemente para una buena ejecución de mejoras en variedad de temas para así dar un buen asesoramiento y tener la satisfacción del cliente. (Ver en Anexos Figura 5)

Según la encuesta cuándo escucha servicio de consultoría. cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa, en las encuestas se evidencia que el 73.3% de los encuestados en restaurantes, considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesaria la cumplir condiciones de progreso en garantizar la fidelidad de los clientes en sus respectivos asesoramientos para tener el gusto y satisfacción de ellos. (Ver en Anexos Figura 6)

Según la encuesta cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector, se evidencia que el 47.3% de los encuestados en Hostales considera de acuerdo, 14.5% totalmente de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesaria la ejecución de estrategias de mejora en la calidad del servicio de consultoría para que nuestros clientes puedan ser frente a la competencia logrando que su empresa tenga mayor éxito. (Ver en Anexos Figura 7)

Según la encuesta estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría, se evidencia en hostales, que el 38.2% de los encuestados considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesaria la ejecución de habilidades de mejora en el servicio ya que los mismos prestadores están dispuestos a invertir en una consultoría para tener más clientes en sus empresas. (Ver en Anexos Figura 8)

Según la encuesta estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, se evidencia en agencias de viajes y de turismo que el 80% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesario dejar que los clientes participen con frecuencia en reuniones de consultorías, eso ayudaría mucho en su empresa y pueden captar más turistas obteniendo un buen servicio. (Ver en Anexos Figura 9)

Según la encuesta piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante, se evidencia en hoteles que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesario tener habilidades para lograr que el cliente se sienta satisfecho con las asesorías y puedan brindar la calidad de servicio que es lo importante que busca un turista. (Ver en Anexos Figura 10)

Según la encuesta si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo, se evidencia que en Hostales el 45.5% de los encuestados considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesario tener la experiencia en lograr que el cliente se sienta contento y así pueda estar siempre dispuesto a adquirir una consultoría para el mejoramiento de su empresa. (Ver en Anexos Figura 11)

Según la encuesta recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas, se evidencia en hostales que el 41.8% de los encuestados considera de acuerdo. Por lo tanto, en la interpretación que se puede dar es necesario estar siempre pendiente en cada asesoramiento de que el cliente necesita para su empresa, así podrá sentirse satisfecho y pueda recomendar el servicio de consultorías con sus amistades. (Ver en Anexos Figura 12)

V. DISCUSIÓN

Según los resultados conseguidos en las encuestas ejecutadas a los prestadores de servicios turísticos, se evidencia que la decisión de contratar un servicio y recibir asesoramiento por una consultoría es necesario para atraer nuevos clientes lograr una buena calidad, una consultoría es gratificante para el sector turístico, ellos necesitan solucionar los diferentes problemas y se sentirán identificados con la empresa al brindarles seguridad, formalidad y confianza.

Esta situación corrobora con lo mencionado por el autor Fernández (2017), quien menciona que la problemática en las empresas siempre va haber altos y bajos en las diferentes experiencias que tiene el turista en lograr satisfacer sus necesidades por ello es entender los retos que sitúa el turismo, así mismo refuta lo mencionado por el autor Oyarvide (2006), quien menciona que para desarrollar diferentes consultoras los emprendimientos generalmente escaseas de consolidación pero al realizarlo no solo genera ingreso económico sino social.

Por lo tanto, se puede llegar a la integración en los resultados proyectados de generar la idea de proyecto de consultorías una iniciativa para satisfacer la necesidad de los interesados, entre los factores influyentes está la determinación, la visión y creatividad de poder iniciar algo nuevo.

Habitualmente si una consultoría turística lograría el mejoramiento de la calidad del servicio y ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo se evidencia que buscar nuevas estrategias hará que los clientes se integren a nuestra consultoría logrando un mejoramiento siempre de la calidad de servicio así mismo ayudaría a los planes a desarrollarse más en cuanto al turismo.

Esta situación corrobora con lo mencionado por el autor Upegui (2017), el crear una empresa se podrá acceder a equilibrar un nicho de mercado con circunstancias provechosas logrando buena calidad de servicio, así mismo refuta lo mencionado por el autor García (2015), emprendimiento empresarial es útil es una propuesta bastante acertada para incentivar los planes estratégicos y mejoramiento de calidad en emprender algo novedoso.

Por lo tanto, reflejar dentro de los resultados proyectados tener el compromiso intelectual y emocional con la consultoría, así mismo en los factores que puedan influir en esta investigación es seguridad, la calidad para en el mejoramiento.

Según los resultados de las encuestas que se realizó de acuerdo a los diferentes temas en cuanto a marketing, calidad entre otros que se podían brindar en el servicio de consultoría se evidencia que es necesario el estar siempre actualizado constantemente para una buena elaboración de progresos en diversidad de temas y así dar un buen asesoramiento y obtener el bienestar del cliente.

Esta situación corrobora con lo mencionado por el autor Castillo (2015), emprendimiento y cultura, en evidenciar el valor de afinidad y la apreciación de dar a conocer nuevos temas para el conocimiento de las personas negociantes que tienen emprendimientos en el ámbito turístico, así mismo refuta lo mencionado por el autor Hernández (2016), servicios empresariales, teniendo consultorías se da el incremento de ayuda para las empresas sobre todo indagar nuevas iniciativas, nuevos temas, optimizando la capacidad y el talento de estar siempre en actualizados.

Por lo tanto, profundizar cada vez más dentro de los resultados proyectados algunas de las preferencias o inquietudes de los clientes para mejorar y hacer que el cliente este satisfecho, en los factores influyentes es la relación con el cliente haciéndoles sentir que siempre están interesados y están pendientes de sus necesidades y poder mejorar día a día en sus empresas.

Normalmente el servicio de consultoría garantiza fidelidad con los clientes en la empresa y se puede ayudar frente a la competencia se puede evidencia que en los prestadores de servicios turísticos para ellos es la necesidad de cumplir con progresos en garantizar la fidelidad y el gusto de los clientes en cada asesoramiento que se da sabiendo que eso podrá responder a la competencia logrando tener un mayor éxito.

Esta situación corrobora con lo mencionado por el autor Armijo (2019), tensiones y negociaciones, congrega emprendedores con beneficios creando fidelidad para poder optimizar el entorno desde sus diferentes aspectos y mejorar frente a sus competencias.

Por lo tanto, estando eficientemente coordinados se podrá adquirir dentro del resultado proyectado las metas en la forma que se va desarrollando la consultoría, en los factores influyentes

Conjuntamente en los resultados de la encuesta si los clientes están interesados en invertir para un asesoramiento por parte de una consultoría se evidencia que el mayor porcentaje de esto fue el prestador de servicio de hostales para ellos es necesaria la ejecución de habilidades para que puedan mejorar su servicio, capacitarse, ver soluciones para obtener más clientes,

Este escenario corrobora con lo mencionado por el autor Fleitman (2012), menciona que la colaboración entre cliente y consultor es importante ayuda establecer medidas de colaboración para resolver un problema por ello es necesario recibir los asesoramientos correspondientes.

Por lo tanto, ante cualquier inconveniente dentro del resultado proyectado es tener conocimiento solido del mercado en el que se trabaja por ello invertir en un asesoramiento es bueno y podrá mejorar cada vez más su empresa, en los factores influyentes está la situación económica, la importancia de las expectativas que puedan generar sobre todo conseguir excelentes resultados.

Generalmente los clientes buscan con frecuencia en participar de reuniones de consultoría para mantenerse en contacto con los profesionales y puedan ayudarlos se evidencia que esto ayudaría mucho a sus empresas para que puedan mejorar y al mismo tiempo captar más turistas alcanzando un bue servicio que ellos buscan.

Este contexto corrobora con lo mencionado por el autor Fernández (2019) y Quispe (2018) comentan que en Lambayeque se fomentan los emprendimientos y busca incorporar nuevas empresas para atraer más turistas por ello participan siempre de reuniones de consultorías es bueno para la actividad turística.

Por lo tanto, tener la habilidad dentro del resultado proyectado es el poder influir y convencer a los clientes en siempre participan en reuniones brindando los beneficios, los servicios, las apreciaciones respectivas logrando así poder involucrarlos en nuestra consultoría, en cuanto a los factores que puedan

influir es ver el lado positivo, en momentos críticos las opiniones de expertos desde una perspectiva adecuada siempre son favorables para tomar las mejores decisiones en tu empresa.

Habitualmente una consultora al brindar calidad de servicio es algo importante se evidencia que para lograr que el cliente lo que busca es sentirse satisfecho con las asesorías y puedan brindarle lo que busca para su empresa.

Este contexto corrobora con lo mencionado por el autor Mundaca (2018) desarrollo empresarial comenta que tener la mentalidad de iniciativa y espíritu empresarial es eficiente para una empresa porque lograr tener calidad de servicio mejorando siempre en diferentes acciones a realizar.

Por lo tanto, tener la oportunidad de aumentar la productividad dentro del resultado proyectado es tener buena calidad de servicio, realizar un buen trabajo, que el personal que trabaje este identificado con la consultoría logrando así mejorar las relaciones entre clientes teniendo calidad de servicio, en los factores que puedan influir es la actitud en las actividades siempre se verá observado los valores, principios y sobre la calidad humano hacia con el cliente.

En los resultados alcanzados, si están dispuestos a adquirir los servicios de una consultoría se evidencia que es fundamental para reactivar buenas estrategias en cada empresa para el mejoramiento de su empresa logrando que el cliente se sienta satisfecho y contento, estar pendiente en cada asesoramiento así ellos podrán recomendar en servicio de consultoría.

Este contexto corrobora con lo mencionado por el autor Ramírez (2002) el servicio turístico, nos comenta que es fundamental adquirir este servicio para brindarle al cliente las necesidades que ellos solicitan para su empresa, motivando así para una buena recomendación.

Por lo tanto, es importante dentro del resultado proyectado se visualiza que es importante que en las empresas resalten siempre la calidad humana, por ende, tendrán más captación de clientes, en los factores que pueden influenciar esta la capacidad para adaptar un buen lenguaje y buena comunicación con el cliente.

VI. CONCLUSIONES

1. Al finalizar la investigación se concluye que, para evaluar el desarrollo de emprendimientos turísticos en Lambayeque se requiere estar en constante capacitaciones, interacción con los turistas, Lambayeque es un potencial turístico, hay que contar con planes de desarrollos estratégicos para brindar los estándares básicos de calidad de un buen servicio logrando ver la competitividad en los emprendimientos.
2. Al finalizar la investigación se concluye que, para la elaboración de un plan de negocios de consultora en servicios turísticos, es una buena iniciativa que logrará impulsar el desarrollo de las empresas turísticas a través de la ejecución de planes de negocio lo que buscan es ser asesorados teniendo una estructura básica para sobresalir frente a sus competidores, oportunidades que verdaderamente deseen propiciar actividades innovadoras y Lambayeque apuesta siempre por el incremento de emprendimientos.
3. Al finalizar la investigación se concluye que, la viabilidad de una consultora en emprendimientos de servicios turísticos, es factible teniendo un VNA de S/. 1,411,462.74 que es positivo y el valor muestra la viabilidad económica de implementar el plan de negocios en consultoría turística, y un TIR de 235%, es elevada, por lo que nos sugiere que es una buena opción invertir en el plan de negocio con ambiente económico y empresarial favorable, brindando el servicio especializado a los clientes teniendo un valor de buena calidad.

VII. RECOMENDACIONES

1. A los directivos de la entidad, aprobar la propuesta de solución, que, teniendo relación con los prestadores de servicios turísticos, estarán siempre al pendiente de los emprendedores, de esta forma podrán adquirir la información práctica para orientarlos en la gestión del desarrollo de sus negocios facilitando buena asesoría y puedan ser competitivos dando solución a los objetivos propuestos.
2. A los trabajadores de la entidad, hacer partícipe a los emprendedores que poseen sus negocios y que deseen mejorar su financiamiento o estar innovados frente a la competencia puedan tener la posibilidad de estar asesorados para lograr un buen posicionamiento en el mercado.
3. A otros investigadores, continuar realizando planes de negocios que es factible para las empresas que buscan der asesoras por una consultora y poder solucionar las necesidades reales del cliente.

VIII. PROPUESTA

“Estrategias de Implementación para una Consultora en Emprendimientos de Servicios Turísticos”

1. Síntesis del problema identificado:

De acuerdo al análisis de los resultados, los aspectos críticos para implementar una consultoría en emprendimientos de servicios turísticos es que los clientes buscan la necesidad de capacitarse constantemente, el poder mejorar sus ventas, necesidades de asistencia técnicas, mejoramiento administrativo, nivel socioeconómico, algunas deficiencias en cuanto a sus procesos como el marketing para así atraer nuevos clientes , donde ayudaría a establecer planes estratégicos, garantizando la fidelidad de los clientes, poder planificarse ante la competencia, mejorando la calidad del servicio, generando esas expectativas de poder invertir en asesoramientos y desarrollar un buen turismo en Lambayeque.

2. Objetivo de la Propuesta: Implementar una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque.

3. Fases de la Propuesta

N	Fases (Dimensiones de la VI)	Objetivo	Actividades (Sub dimensiones de la VI)	Indicador	Meta	Período	Responsable
1	Plan Estratégico	Identificar la efectividad de las estrategias para la toma de buenas decisiones	Definición de la Misión, Visión, Valores	Precisión del direccionamiento estratégicos	Preciso	5 meses	Investigadora, expertos en consultorías
2	Plan de Mercadeo	Identificar los elementos claves para atraer más clientes.	Definición de la Estrategia de Segmentación	Identificación del mercado meta	Clientes potenciales identificados	7 meses	Investigadora, expertos en consultorías
3	Plan Operativo	Identificar las acciones para establecer los pasos de ejecución	Definición de la Planificación	Identificar los resultados alcanzar	Ejecutivos de la consultoría	4 meses	Investigadora, expertos en consultorías
4	Plan de Gestión del Talento Humano	Mejorar las habilidades y conocimientos de cada trabajador	Organización de la empresa	Mejoramiento continuo de la consultoría	Vinculación con los consultores	8 meses	Investigadora, expertos en consultorías

5	Plan Financiero	Identificar la viabilidad del negocio	Definición del Presupuesto	Precisión de la viabilidad financiera	Preciso	5 meses	Investigadora, expertos en consultorías
---	-----------------	---------------------------------------	----------------------------	---------------------------------------	---------	---------	---

4. Resultados Esperados

Ítem	Indicador	Meta	Período	Fundamentación
1	Generador de ideas	80%	3 meses	Se puede llegar a la integración del 80% de la idea porque debe ser una iniciativa sólida, y correctamente analizada.
2	Decisión (iniciar proyecto)	100%	6 meses	Se puede llegar a un 100% de la iniciativa para satisfacer la necesidad de los interesados
3	Nivel de Compromiso	80%	12 meses	Se puede llegar a la integración de un 80% de compromiso porque reflejaría la importancia sabia y entusiasta de éstos con la empresa.
4	Gestión y control	70%	8 meses	Se puede llegar a la integración de un 70% estando eficientemente coordinados para conseguir los objetivos y controlando la forma en que se desarrolla.

5. Síntesis del Presupuesto

Recurso	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Sub total
Local	mts.	1	S/. 1,800	1,800
Laptops	pza.	2	S/. 799.00	1,598
Escritorios y sillas giratorias	pza.	2	S/. 549.90	1,098
Mesa de reuniones con sillas	pza.	1	S/. 3,500	3,500
Personal Capacitado (honorarios)	unid.	4	S/. 1,800	7,200
Servicios de consultoría	unid.	varios	S/. 200.00	200.00
Publicidad	unid.	varios	S/. 100.00	100.00
Personal para capacitaciones	unid.	2	S/. 1,500	3,000
Total				S/.318,196

REFERENCIAS

- AEI. (2014). *Ecuador un país emprendedor e innovador en el 2020 - Alianza para el Emprendimiento e Innovación*. Obtenido de https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/epf_npd02_Ecuador_es.pdf
- Bayón. (2011). *Teoría General del Coaching*. Obtenido de <https://www.cerasa.es/media/areces/files/book-attachment-1685.pdf>
- Calderón, M. (2018). *Plan de Negocios para la creación de una marca de ropa- Lima*. Obtenido de <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/1227>
- CALTUR. (2017). *Plan Nacional de Calidad Turística 2017-2015*. Obtenido de 1. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/CALTUR/pdfs_documentos_Caltur/CALTUR_2017_2025.pdf
- Cardenal, L. (2016). *Plan de Negocios para la importación y Comercialización de aceite de Maní en Chile*. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140767/Plan-de-negocios-para-laimportacion-y-comercializacion-de-aceite-de-mani-en-Chile.pdf>
- Castillo, M. (2015). *Emprendimiento y cultura, una aproximación al concepto disonancia cultural aplicación en el sector turístico de la ciudad de Medellín, Colombia*. Obtenido de https://accedacris.ulpgc.es/bitstream/10553/21617/4/0733648_00000_0000.pdf
- Castro, C. (2013). *Estudio de Factibilidad para la creación de una Empresa de Consultoría Turística dedicada a la Asesoría, Elaboración y Ejecución de Proyectos Turpísticos - Ecuador*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/13411/1/50872_1.pdf
- Castro, J. (2019). *Lambayeque; Ecolodge Huaca Piedra*. Obtenido de <https://portaldeturismo.pe/noticia/ecolodge-huaca-de-piedra-promueve-nuevas-actividades-turisticas-en-bosque-de-pomac-y-tucume/>
- Caviglia. (2009). *Manual para Emprendedores turísticos: Secretaría de Turismo , Argentina*. Obtenido de <https://turismoenba.files.wordpress.com/2009/08/manual-de-emprendedores-turisticos3.pdf>
- CEPLAN. (2011). *Plan Bicentenario: El Perú hacia el 2021*. Obtenido de https://www.ceplan.gob.pe/documentos_/plan-bicentenario-el-peru-hacia-el-2021/
- Consultoria, M. d. (2019). Obtenido de <https://sites.google.com/site/manualconsultoria/evaluacion>

- Cumpa, A. (2019). *Perfil emprendedor de los estudiantes de administración de la Universidad Inca Garcilaso de la Vega*, Lima 2018. Obtenido de <http://repositorio.uigv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.11818/4267/Tesis%20-%20Cumpa%20Olaya%20Armando%20y%20Martinez%20Huatuco%20Ihedy.pdf?sequence=3&isAllowed=y>
- Fernández, G. (2017). *Internacionalización de servicios turísticos. Un enfoque transversal*, España. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/mercados/REP2017693575.html>
- Fernández, J. (2019). *Lambayeque apuesta por emprendimientos en turismo rural comunitario*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-apuesta-emprendimientos-turismo-rural-comunitario-747122.aspx>
- Fleitman, J. (2012). *Definición de Consultora*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/8-senales-que-indican-necesidad-de-un-consultor-empresarial/>
- Frías, A. (2015). *Plan de Negocio para la Implementación de una empresa de consultoría de sistemas integrados de gestión de seguridad, salud, medio ambiente y calidad*, Lima. Obtenido de <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/616970/Plan+de+Negocio+de+Consultor%EDA+en+SIG.pdf;jsessionid=1FFDE2C43192764CE1B2B514DA57041B?sequence=4>
- Garro, E., López, A., & Montalván, J. (2017). *Plan de Negocio para la puesta en marcha de un Bar Pisquero en Distrito de San Isidro de la Universidad Pacífico*, Lima. Obtenido de http://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/2084/Erick_Tesis_Maestria_2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández, R. (2016). *Programa de servicios empresariales para mejorar la oferta de consultoría en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Chiclayo*. Obtenido de <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/650>
- Herrero, A. (2016). *Análisis y Propuesta de mejora para una consultora de comunicación en Valencia de la Universidad Politécnica*. Obtenido de <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/74766/AN%C3%81LISIS%20Y%20PROPUESTA%20DE%20MEJORA%20PARA%20UNA%20CONSULTORA%20DE%20COMUNI.pdf?sequence=1>
- Lossio, D. (2016). *Plan de Negocios para una consultora de pequeñas y medianas empresas en el Perú, Piura*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/2972/MDE_1622.pdf?sequence=1

- Maza, J. (2015). *Plan de Negocios para la creación de una empresa consultora en procesos de evaluación y capacitación a los trabajadores de las Empresas Retail*, Chiclayo. Obtenido de http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1407/1/TL_MazaBecerraJianeth_%20RivasPonceMaria.pdf
- Mesa, E. (2015). *Plan de Negocios para la creación de una empresa comercializadora de filtros purificadores de agua con sede Bucaramanga de la Universidad Industrial de Santander, Colombia*. Obtenido de <http://tangara.uis.edu.co/biblioweb/tesis/2015/159245.pdf>
- Moreno, M. (2018). *Emprendimiento Turístico: Una puerta para descubrir Colombia*. Obtenido de <https://www.elespectador.com/noticias/mundo-destinos/emprendimiento-turistico-una-puerta-para-descubrir-colombia/>
- Mundaca, J. (2018). *Modelo conceptual de desarrollo empresarial Lambayeque*. Obtenido de https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_783eced6eb0e6aa24785d88beeeb60f3/Details
- OMT, O. M. (19989). *Servicios Turísticos*. Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Oyarvide, H. (2016). *Ecuador, Emprendimiento como factor de desarrollo turístico rural sostenible*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552016000100006
- Peláez, E. (2015). *Estudio de Viabilidad para la creación de una empresa de asesoría, consultoría, reformas y acabados en inmuebles nuevos y usados, Medellín*. Obtenido de https://repository.udem.edu.co/bitstream/handle/11407/2166/TG_EGC_15.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PENTUR. (2008). *Plan Estratégico Nacional de Turismo 2008-2018*. Obtenido de <file:///C:/Users/hello/Downloads/51915183-Plan-Estrategico-Nacional-de-Turismo-PENTUR-2008-2018.pdf>
- Piscoya, M. (2015). *Propuesta de un Plan de Negocio para la creación de un minimarket en la Provincia de Ferreñafe, Chiclayo*. Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/71999583.pdf>
- Quispe, O. (2018). *Lambayeque apuesta por diversificar su oferta turística para atraer mas turistas*. Obtenido de <https://andina.pe/agencia/noticia-lambayeque-apuesta-diversificar-su-oferta-turistica-para-atraer-mas-turistas-716100.aspx>
- Rodríguez, S. (2005). *Elaboración de un Plan Estratégico de una empresa consultora de Recursos Humanos, Caracas*. Obtenido de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ2921.pdf>

- Ruiz, M. (2019). *Emprendimiento empresarial, 15 estrategias para el éxito*. Obtenido de <https://milagrosruizbarroeta.com/15-estrategias-emprendimiento-empresarial/>
- Santiago, F. (2009). *Análisis de Viabilidad*. Obtenido de <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20-%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf>
- Santos, J. (2019). *Tendencias de negocios con futuro en 2019*. Obtenido de <https://www.infoautonomos.com/ideas-de-negocio/negocios-con-futuro/>
- Sosa, R. (2017). *Las Etapas de un proceso de Coaching, UP-IPADE, México*. Obtenido de <https://www.carlosllanocatedra.org/blog-management/las-etapas-de-un-proceso-de-coaching>
- States, O. o. (2013). *Impulsando el desarrollo en 11 comunidades por medio de la apropiación de buenas prácticas ambientales y la producción de energía limpia con enfoque de usos productivos y resiliencia a los desastres naturales, Guatemala*. Obtenido de [http://www.oas.org/en/sedi/dsd/biodiversity/Sustainable_Cities/Sustainable_Communities/Proposals/GUA-Fundacion%20Solar%20\(Energy-Disasters\)/Plan%20Operativo%20Proyecto%20OEA%20Fundaci%C3%B3n%20Solar.pdf](http://www.oas.org/en/sedi/dsd/biodiversity/Sustainable_Cities/Sustainable_Communities/Proposals/GUA-Fundacion%20Solar%20(Energy-Disasters)/Plan%20Operativo%20Proyecto%20OEA%20Fundaci%C3%B3n%20Solar.pdf)
- T., V. (2019). *Jóvenes emprendedores, Consultoría Tuística - Vivencial Tours, Lima*. Obtenido de <https://vivencialconsultores.com.pe/home/articulos-periodisticos/>
- Upegui, S. (2017). *Plan de Negocios para la creación de una empresa, Ibagué*. Obtenido de <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/9058/UpeguiSofia2017.pdf?sequence=1>
- Varela, R. (2010). *Factibilidad y Viabilidad*. Obtenido de <http://estudiodefactibilidadyproyectos.blogspot.com/2010/09/factibilidad-y-viabilidad.html>
- Vargas, D. (2017). *Propuesta de fortalecimiento de Turismo Educativo para promover el desarrollo comunitario en Luya - Amazonas 2016*. Obtenido de <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/19497>
- Vega, S. (2017). *Plan de Negocio para una empresa de consultoría dirigida a establecimientos que venden servicios de alimentos y bebidas preparados, Bogotá Colombia*. Obtenido de https://bdigital.uexternado.edu.co/bitstream/001/477/1/Proyecto%20de%20Grado_Silvia%20Helena%20Vega%20Rozo%20Final.pdf

- Vicente, M. (2014). *Como hacer un Plan de Negocios o Business Plan*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/emagister-web/como-hacer-un-plan-de-negocio-o-business-plan-39515481>
- Villacres, R. (2017). *Gestión del Emprendimiento y su impacto en la competitividad de las Mipymes manufactureras de la provincia de Bolivar, Ecuador*. Obtenido de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:O2T7ZPHtwRQJ:200.62.146.130/bitstream/handle/cybertesis/6766/Villacres_br.pdf%3Fsequence%3D1%26isAllowed%3Dy+%&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=pe

ANEXO 1: Matriz de Operacionalización de variables

Variables	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escalas
VI Propuesta de Plan de Negocio	El plan de negocio son las ideas respectivas para una empresa, dentro de los objetivos se da identificar la oportunidad de negocio, en que rubro uno quiere tener con su empresa, ver oportunidades para poder desarrollarlas respectivamente. (Longenecker et al., 2001)	Esta variable será medida con una entrevista de preguntas cerradas .	D1. Plan Estratégico D2. Plan de Mercadeo D3. Plan Operativo D4. Plan Talento Humano D5. Plan Financiero	I1. Precisión del direccionamiento estratégicos I2. Identificación del mercado meta I3. Identificar los resultados alcanzar I4. Organización de la empresa I5. Presupuesto	Ordinal, Nominal
VD Emprendimientos de Servicios Turísticos	Un emprendimiento es aquel negocio que se dedica atender a las personas especialmente si son de otros lugares, ofreciéndoles un apoyo. (Caviglia 2008)	Esta variable será medida con una entrevista de preguntas cerradas	D1. Motivación del emprendedor D2. Competidores D3. Viabilidad Económica D4. Habilidades del empresario D5. Recursos	I1. Nivel de Compromiso D2. Competencias de emprendimientos D3. Estimación de ventas D4. Nivel de Capacitación D5. Económico, Tecnológico, Humano	Ordinal, Nominal

Variable Independiente: Propuesta de Plan de Negocio

Dimensión	Sub Dimensión	Descripción	Técnica	Informante	Ítem
Plan Estratégico	Misión, Visión, Valores	Determina el presente y futuro logrando alcanzar lo que se propone.	Entrevista	Expertos	1
	Fuerzas Competitivas	Sirve para analizar el nivel de competencia.	Entrevista	Expertos	1
	Análisis Estratégico (interno y externo - Foda)	Es investigar el entorno del negocio para formular y tomar decisiones.	Entrevista	Expertos	1
	Objetivos Estratégicos	Son las metas que se determina a largo plazo.	Entrevista	Expertos	1
	Plan de Acción	Herramienta para el control de proyectos	Entrevista	Expertos	1
	Plan de Seguimiento	Precisión para obtener los objetivos y resultados	Entrevista	Expertos	1
Plan de Mercado	Estrategia de Segmentación	Ayuda a conocer mejor a sus consumidores potenciales.	Entrevista	Expertos	2
	Estrategia de Diferenciación	Ofertar en el mercado un servicio o producto parecido a la otra empresa.	Entrevista	Expertos	2
	Estrategia de Posicionamiento	Es llevar la imagen actual de una empresa, a la imagen que deseamos.	Entrevista	Expertos	2
	Estrategia de Marketing	Selección del mercado al que se desea llegar estando en la mente del cliente.	Entrevista	Expertos	2
Plan Operativo	Planificación	Hacer realidad lo propósitos que enmarca la empresa.	Entrevista	Expertos	3
	Ejecución (programación)	La empresa realiza todas las actividades para generar el alcance acordado	Entrevista	Expertos	3
Plan del Talento Humano	Organización de la empresa	Se establece principalmente a través de un organigrama.	Entrevista	Expertos	4
	Equipo Directivo (talento humano)	Se debe tener en cuenta habilidades y exigencias para saber dirigir.	Entrevista	Expertos	4
	Fijar Puestos	Funciones y cualidades para cada puesto.	Entrevista	Expertos	4
	Contratación y Salario	Normas y planillas establecidas	Entrevista	Expertos	4
Plan Financiero	Presupuesto	Es la formulación anticipada de los entradas y salidas de dinero de la empresa.	Entrevista	Expertos	5
	Metas financieras	Son declaraciones sobre cosas que se desearía lograr.	Entrevista	Expertos	5
	Estrategias Financieras	Es la que ayuda a mejorar la situación económica de la empresa.	Entrevista	Expertos	5
	Proyecciones Futuras	Se proyecta diversos escenarios en los que podría encontrarse la empresa.	Entrevista	Expertos	5

Variable Dependiente: Emprendimientos de Servicios Turísticos

Dimensiones	Indicador	Pregunta	Categoría	Técnica	Fuente / Informante	Ítem
Motivación del Emprendedor	Generador de ideas	¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	1
	Decisión (iniciar proyecto)	¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	2
	Nivel de Compromiso	¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	3
	Gestión y control	¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	4
Competidores	Contexto/ Tendencias	Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, le parece interesante para un servicio de consultoría?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	5
	Clientes	¿Cuándo escucha servicio de consultoría cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	6
	Competencia	¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	7
Viabilidad Económica	Estimación de Ventas	¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	8
	Flujo de caja					
Habilidades del empresario	Nivel de Capacitación	¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	9
	Habilidades Negociadoras	¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	10
	Desarrollar oportunidades	¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	11
Recursos	Económico, Tecnológico, Humano	¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas	Ordinal, Nominal	Encuesta	Prestadores de servicios turísticos	12

Anexo 2: Matriz de Consistencia

Título	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Población y Muestra
“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque”	¿En qué medida un plan de negocios favorece la implementación de una consultora de emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque, 2019?	<p>General: Diseñar una Propuesta de Plan de Negocio para la Implementación de una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque.</p> <p>Específicos: 1. Evaluar el desarrollo de los emprendimientos turísticos en Lambayeque. 2. Elaborar el Plan de negocios de la consultora de servicios turísticos. 3. Determinar la viabilidad para una consultora de emprendimientos de Servicios Turísticos.</p>	<p>General: Si se aplica la elaboración de una propuesta de Plan de Negocio; entonces se logrará la viabilidad de una consultora relacionada a emprendimientos de servicios turísticos en Lambayeque 2020</p> <p>Especifica: Existen consultoras relacionadas a emprendimientos turísticos que sea la única empresa en Lambayeque.</p>	<p>VI: Propuesta de Plan de Negocio</p> <p>VD. Emprendimientos de Servicios Turísticos</p>	<p>Población: Directorio de Servicios Turísticos de la Región Lambayeque 2019/categorizados y registrados</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Agencias de Viajes y de Turismo = 87 registrados 2. Hostales = 221 registrados 3. Hoteles = 119 registrados 4. Restaurantes = 47 registrados <p>Muestra</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. n1 = 40 2. n2 = 55 3. n3 = 56 4. n4 = 15

ANEXO 3. Instrumentos de Recolección de Datos

Encuesta N° 1: Prestadores de Servicios Turísticos



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Objetivo: Diseñar una propuesta de plan de negocio para la implementación de una consultora de emprendimiento de servicios turísticos.

Mediante esta encuesta, se pretende recopilar información, lea detenidamente las preguntas que a continuación se detallan y deberá escribir o marcar con un aspa (x) la alternativa que usted considera correcta. Se le agradece su colaboración.

Escala de Likert:

Totalmente en desacuerdo (1), En Desacuerdo (2), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), De Acuerdo (4) y Totalmente acuerdo (5)

1. ¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo

2. ¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?
 - a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo

3. ¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
4. ¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
5. Los temas: ¿Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, ¿Le parece interesante para un servicio de consultoría?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
6. Cuando escucha servicio de consultoría ¿Cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
7. ¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - b) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - c) De Acuerdo
 - d) Totalmente acuerdo

8. ¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
9. ¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
10. ¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente acuerdo
11. ¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo
12. ¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?
- a) Totalmente en desacuerdo
 - b) En Desacuerdo
 - c) Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 - d) De Acuerdo
 - e) Totalmente de acuerdo

A. Agencias de Viajes y de Turismo

Tabla 1

¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	3	7.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2.5%
De acuerdo	29	72.5%
Totalmente de acuerdo	5	12.5%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuente: Elaboración propia



Figura 1: El 85% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en recibir asesoramiento de una consultoría, el 12.5% está en desacuerdo, y el 2.5% no sabe ni de acuerdo ni en desacuerdo.

B. Hostales

Tabla 1

¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	5.5%
En desacuerdo	12	21.8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.9%
De acuerdo	22	40%
Totalmente de acuerdo	12	21.8%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuente: Elaboración Propia

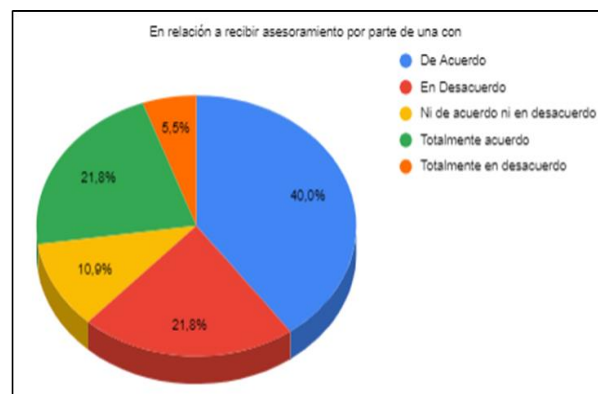


Figura 1: un 61.8% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en recibir asesoramiento de una consultoría, el 10.9% está en disyuntiva ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 27.3% totalmente desacuerdo.

C. Hoteles

Tabla 1

¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	5.4%
En desacuerdo	6	10.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	17.9%
De acuerdo	28	50%
Totalmente de acuerdo	9	16.1%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuente: Elaboración Propia



Figura 1: Se evidencia que el 50% de los encuestados considera de acuerdo en recibir asesoramiento por parte de una consultora, el 16% dice totalmente de acuerdo, el 17.9% dudoso ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.7% en desacuerdo y el 5.4% totalmente en desacuerdo.

D. Restaurantes

Tabla 1

¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	6.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13.3%
De acuerdo	10	66.7%
Totalmente de acuerdo	2	13.3%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuente: Elaboración Propia



Figura 1: se evidencia que el 66.7% de los encuestados lo considera de acuerdo, el 13.3% considera estar totalmente de acuerdo, el 13.3% consideran no estar ni de acuerdo ni desacuerdo, asimismo, el 6.7% considera que recibir un asesoramiento de una consultora no es buena.

Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo, el 85% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en recibir asesoramiento de una consultoría, el 12.5% está en desacuerdo, y el 2.5% no sabe ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, si es necesario recibir asesoramiento de una consultoría para mantener la satisfacción de los clientes.

Descripción: Hostales, un 61.8% está de acuerdo y totalmente de acuerdo en recibir asesoramiento de una consultoría, el 10.9% está en disyuntiva ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 27.3% totalmente desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el mayor porcentaje está de acuerdo en recibir asesoramiento de una consultoría para mantener la satisfacción de los clientes.

Descripción: Hoteles, se evidencia que el 50% de los encuestados considera de acuerdo en recibir asesoramiento por parte de una consultora, el 16% dice totalmente de acuerdo, el 17.9% dudoso ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.7% en desacuerdo y el 5.4% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: El mayor porcentaje está de acuerdo en recibir asesoramiento de una consultoría para mantener la satisfacción de los clientes.

Descripción: Restaurantes, se evidencia que el 66.7% de los encuestados lo considera de acuerdo, el 13.3% considera estar totalmente de acuerdo, el 13.3% consideran no estar ni de acuerdo ni desacuerdo, asimismo, el 6.7% considera que recibir un asesoramiento de una consultora no es buena.

Interpretación: Un porcentaje alto sugiere que es necesario recibir un asesoramiento por parte de una consultoría para ayudar a la satisfacción y calidad del visitante.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 2

¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.5%
En desacuerdo	1	2.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	15%
De acuerdo	29	72.5%
Totalmente de acuerdo	3	7.5%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 2: se evidencia que el 75% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que les generaría expectativa en contratar una consultoría, el 12.5% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.5% considera no adecuado.

B. Hostales

Tabla 2

¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	12.7%
En desacuerdo	8	14.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21.8%
De acuerdo	19	34.5%
Totalmente de acuerdo	9	16.4%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

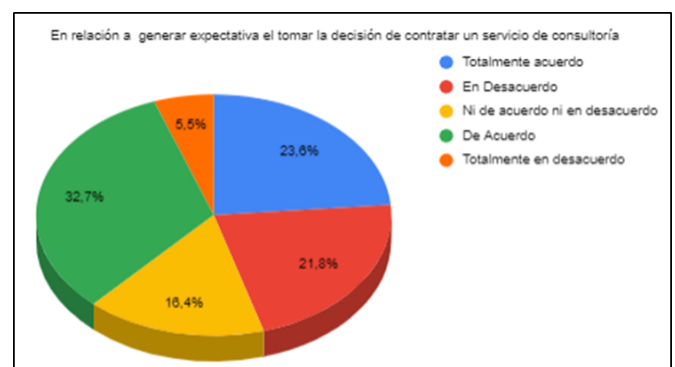


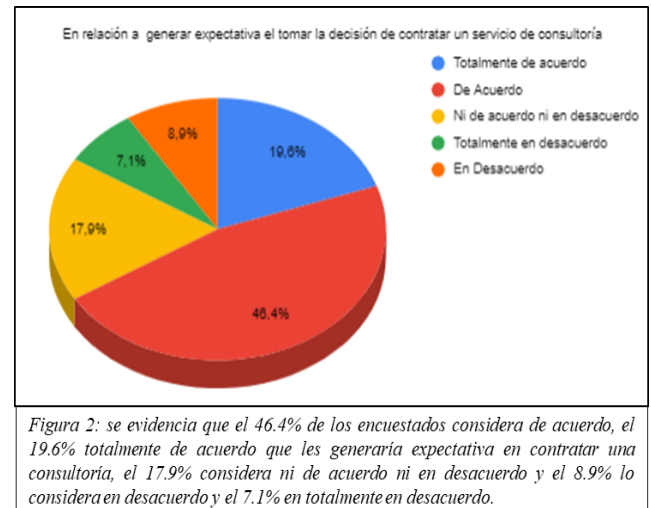
Figura 2: Se evidencia que el 57% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que les generaría expectativa en contratar una consultoría, el 16% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 28% lo considera no adecuado

C. Hoteles

Tabla 2

¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	7	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	14.3%
De acuerdo	26	46.4%
Totalmente de acuerdo	11	19.6%
Total General	56	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuente: Elaboración Propia

D. Restaurantes

Tabla 2

¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	13.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6.7%
De acuerdo	10	66.7%
Totalmente de acuerdo	2	13.3%
Total General	15	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuente: Elaboración Propia

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 75% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que les generaría expectativa en contratar una consultoría, el 12.5% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.5% considera no adecuado.

Interpretación: Un porcentaje elevado dice que les generaría expectativa en contratar una consultoría.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 57% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que les generaría expectativa en contratar una consultoría, el 16% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 28% lo considera no adecuado.

Interpretación: Un porcentaje elevado del 57% dice que les generaría expectativa en contratar una consultoría.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, el 19.6% totalmente de acuerdo que les generaría expectativa en contratar una consultoría, el 17.9% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 8.9% lo considera en desacuerdo y el 7.1% en totalmente en desacuerdo.

- **Interpretación:** El 46.4% porcentaje elevado dice que les generaría expectativa en contratar una consultoría.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 66.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 13% totalmente de acuerdo que les generaría expectativa en contratar una consultoría, el 6.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.3% en desacuerdo.

Interpretación: El mayor porcentaje elevado de 66.7% dice que les generaría expectativa en contratar una consultoría.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 3

¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.5%
En desacuerdo	1	2.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	15%
De acuerdo	29	72.5%
Totalmente de acuerdo	3	7.5%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 3: se evidencia que el 80% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque, el 15% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5% considera no conveniente.

B. Hostales

Tabla 3

¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	7	12.7%
En desacuerdo	8	14.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	21.8%
De acuerdo	19	34.5%
Totalmente de acuerdo	9	16.4%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

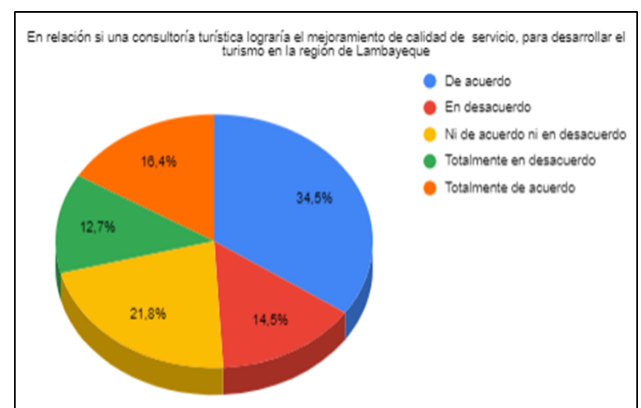


Figura 3: Se evidencia que el 34.5% de los encuestados considera de acuerdo, 16.4% totalmente de acuerdo lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque, el 21.8% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.5% en desacuerdo y el 12.7% totalmente en desacuerdo

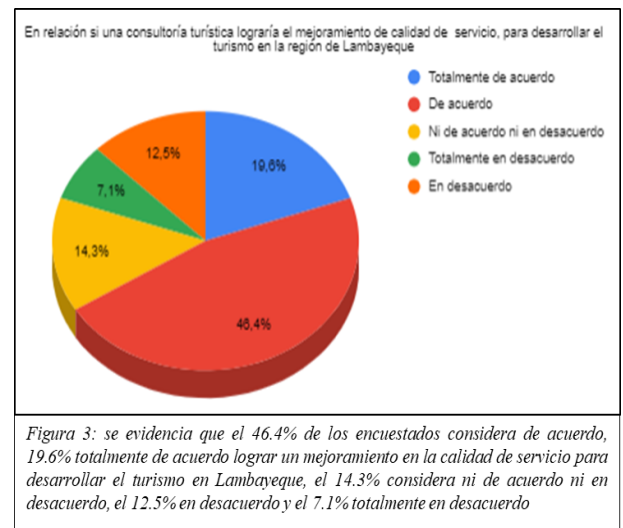
A. Hoteles

Tabla 3

¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	7	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	14.3%
De acuerdo	26	46.4%
Totalmente de acuerdo	11	19.6%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



B. Restaurantes

Tabla 3

¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	13.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6.7%
De acuerdo	12	80%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 80% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque, el 15% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5% considera no conveniente.

Interpretación: En los encuestados el 80% está de acuerdo en lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 34.5% de los encuestados considera de acuerdo, 16.4% totalmente de acuerdo lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque, el 21.8% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 14.5% en desacuerdo y el 12.7% totalmente en desacuerdo

Interpretación: Un porcentaje elevado está de acuerdo en lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, 19.6% totalmente de acuerdo lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque, el 14.3% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% en desacuerdo y el 7.1% totalmente en desacuerdo

Interpretación: En los encuestados el 46.4% está de acuerdo en lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 80% de los encuestados considera de acuerdo en lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque, el 6.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 13.3% en desacuerdo.

Interpretación: En los encuestados el 80% está de acuerdo en lograr un mejoramiento en la calidad de servicio para desarrollar el turismo en Lambayeque

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 4

¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	5	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	15	37.5%
De acuerdo	18	45%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



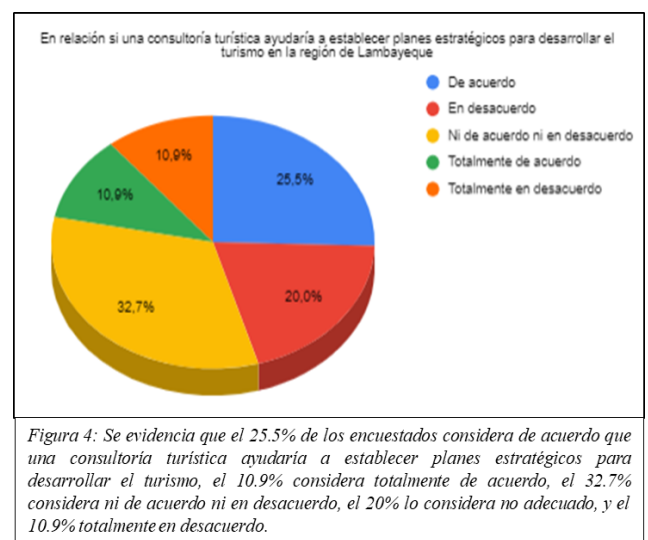
B. Hostales

Tabla 4

¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	6	10.9%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	18	32.7%
De acuerdo	14	25.5%
Totalmente de acuerdo	6	10.9%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



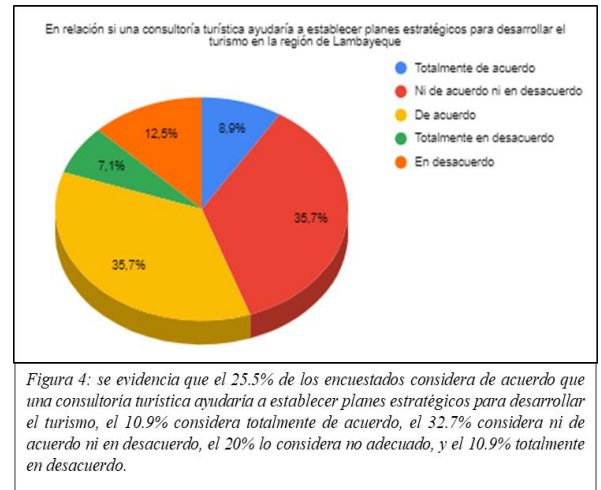
A. Hoteles

Tabla 4

¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	7	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	20	35.7%
De acuerdo	20	35.7%
Totalmente de acuerdo	5	8.9%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



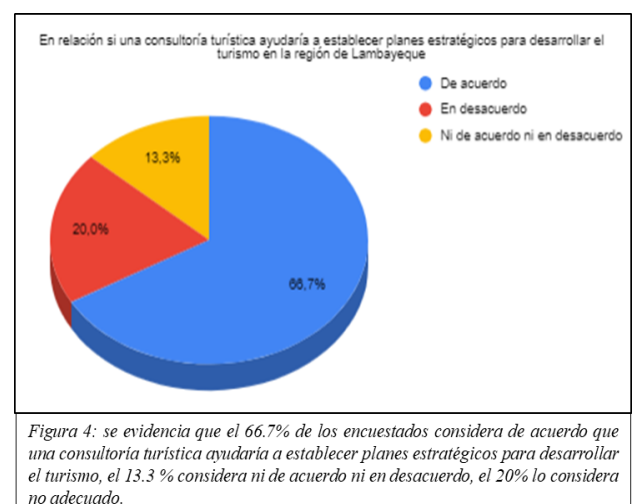
B. Restaurantes

Tabla 4

¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13.3%
De acuerdo	10	66.7%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo.** se evidencia que el 45% de los encuestados considera de acuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo, el 37% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 18% lo considera no adecuado.

Interpretación: El mayor porcentaje de las encuestas están de acuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 36.45% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo, el 32.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 30.9% lo considera en desacuerdo y totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Se considera ni de acuerdo ni es desacuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 35.7% de los encuestados considera de acuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo, el 8.9% considera totalmente de acuerdo, el 35.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% lo considera no adecuado, y el 7.1% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Hay una disyuntiva en estar totalmente de acuerdo y ni de acuerdo ni es desacuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 66.7% de los encuestados considera de acuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo, el 13.3% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20% lo considera en desacuerdo

Interpretación: El porcentaje alto de los encuestados considera de acuerdo que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 5

Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, ¿Le parece interesante para un servicio de consultoría?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	29	72.5%
Totalmente de acuerdo	11	27.5%
Total General	40	100%



Figura 5: Se evidencia que el 72.5% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 27.5% considera totalmente de acuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

B. Hostales

Tabla 5

Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, ¿Le parece interesante para un servicio de consultoría?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	1.8%
En desacuerdo	6	10.9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.9%
De acuerdo	27	49.1%
Totalmente de acuerdo	15	27.3%
Total General	55	100%



Figura 5: Se evidencia que el 49.1% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 27.3% considera totalmente de acuerdo, el 10.9% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.9% lo considera no adecuado, y el 1.8% totalmente en desacuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

C. Hoteles

Tabla 5

Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, ¿Le parece interesante para un servicio de consultoría?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	5.4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.7%
De acuerdo	19	33.9%
Totalmente de acuerdo	28	50%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 5: se evidencia que el 33.9% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 50% considera totalmente de acuerdo, el 10.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.4% lo considera no adecuado.

D. Restaurantes

Tabla 5

Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, ¿Le parece interesante para un servicio de consultoría?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6.7%
De acuerdo	9	60%
Totalmente de acuerdo	5	33.3%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 5: se evidencia que el 60% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 33% considera totalmente de acuerdo, el 6.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 72.5% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 27.5% considera totalmente de acuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el mayor porcentaje de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 49.1% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 27.3% considera totalmente de acuerdo, el 10.9% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.9% lo considera no adecuado, y el 1.8% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el 49.1% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 33.9% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 50% considera totalmente de acuerdo, el 10.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 5.4% lo considera no adecuado.

Interpretación: Por lo tanto, el mayor porcentaje de los encuestados considera estar totalmente de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 60% de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados, el 33% considera totalmente de acuerdo, el 6.7% considera ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el mayor porcentaje de los encuestados considera de acuerdo en brindar servicio de consultoría de temas variados.

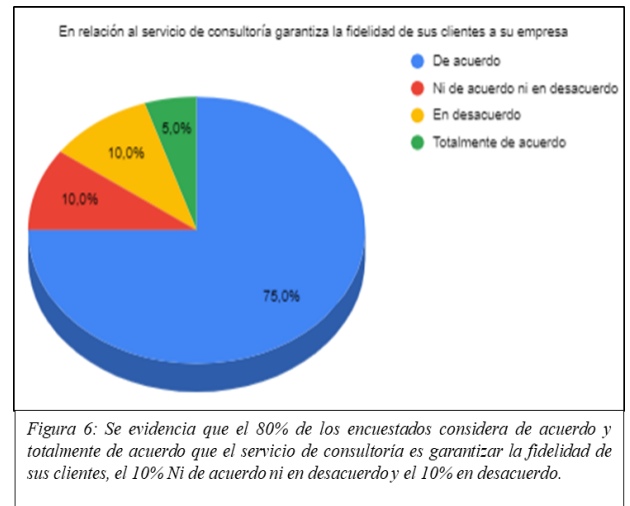
A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 6

Cuándo escucha servicio de consultoría ¿Cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	4	10%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	10%
De acuerdo	30	75%
Totalmente de acuerdo	2	5%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



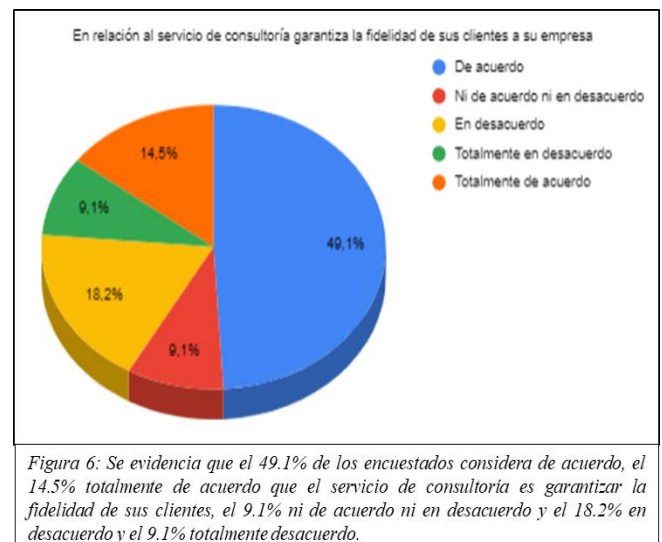
B. Hostales

Tabla 6

Cuándo escucha servicio de consultoría ¿Cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	9.1%
En desacuerdo	10	18.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	9.1%
De acuerdo	27	49.1%
Totalmente de acuerdo	8	14.5%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

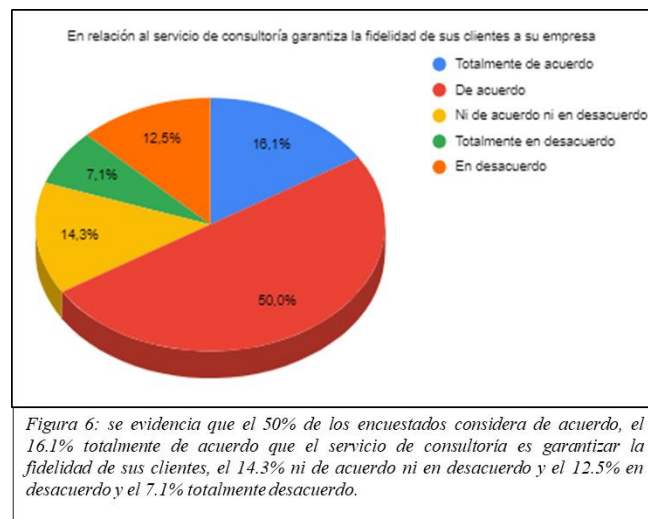


A. Hoteles

Tabla 6

Cuándo escucha servicio de consultoría ¿Cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	7	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	14.3%
De acuerdo	28	50%
Totalmente de acuerdo	9	16.1%
Total General	56	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

B. Restaurantes

Tabla 6

Cuándo escucha servicio de consultoría ¿Cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	2	13.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	6.7%
De acuerdo	11	73.3%
Totalmente de acuerdo	1	6.7%
Total General	15	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 80% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes, el 10% Ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 10% en desacuerdo.

Interpretación: Un 80% indica que estar de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 49.1% de los encuestados considera de acuerdo, el 14.5% totalmente de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes, el 9.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 18.2% en desacuerdo y el 9.1% totalmente desacuerdo.

Interpretación: Un 49.1% indica que estar de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 50% de los encuestados considera de acuerdo, el 16.1% totalmente de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes, el 14.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.5% en desacuerdo y el 7.1% totalmente desacuerdo.

Interpretación: El 50% indica que estar de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 73.3% de los encuestados considera de acuerdo, el 6.7% totalmente de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes, el 6.7% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 13.3% en desacuerdo.

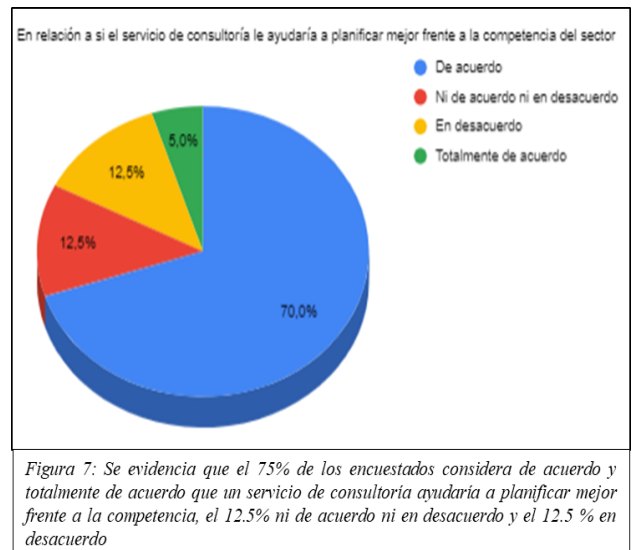
Interpretación: Un elevado porcentaje indica que estar de acuerdo que el servicio de consultoría es garantizar la fidelidad de sus clientes

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 7

¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	5	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	12.5%
De acuerdo	28	70%
Totalmente de acuerdo	2	5%
Total General	40	100%



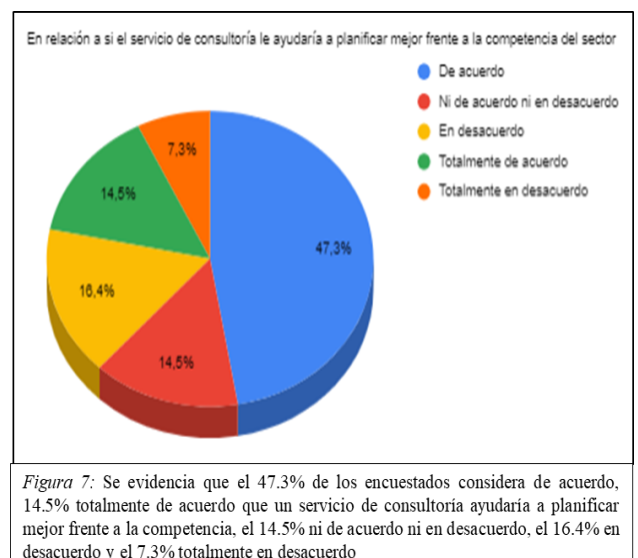
Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

B. Hostales

Tabla 7

¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.3%
En desacuerdo	9	16.4%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	14.5%
De acuerdo	26	47.3%
Totalmente de acuerdo	8	14.5%
Total General	56	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

C. Hoteles

Tabla 7

¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	7	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	16.1%
De acuerdo	26	46.4%
Totalmente de acuerdo	10	17.9%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 7: se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, el 17.9% totalmente de acuerdo que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% en desacuerdo y el 7.1% totalmente en desacuerdo

D. Restaurantes

Tabla 7

¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	3	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	66.7%
De acuerdo	2	13.3%
Totalmente de acuerdo	0	0%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

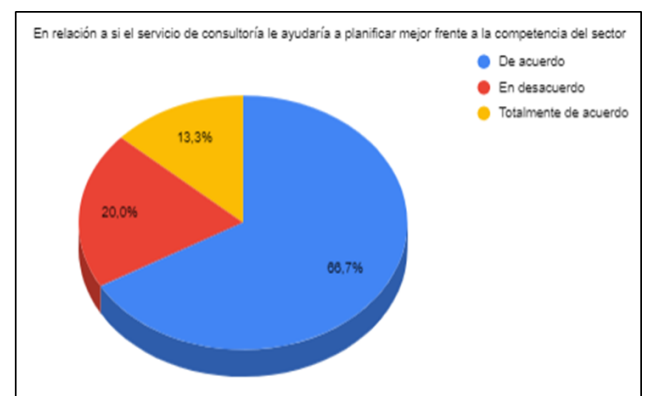


Figura 7: se evidencia que el 66.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 13.3% totalmente de acuerdo que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia, y el 20% en desacuerdo.

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 75% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia, el 12.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.5 % en desacuerdo.

Interpretación: El 75% de los encuestados indica que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 47.3% de los encuestados considera de acuerdo, 14.5% totalmente de acuerdo que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia, el 14.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 16.4% en desacuerdo y el 7.3% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: El 47.3% de los encuestados indica que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, el 17.9% totalmente de acuerdo que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% en desacuerdo y el 7.1% totalmente en desacuerdo

Interpretación: El mayor porcentaje de los encuestados indica que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 66.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 13.3% totalmente de acuerdo que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia, y el 20% en desacuerdo.

Interpretación: El 66.7% de los encuestados indica que un servicio de consultoría ayudaría a planificar mejor frente a la competencia.

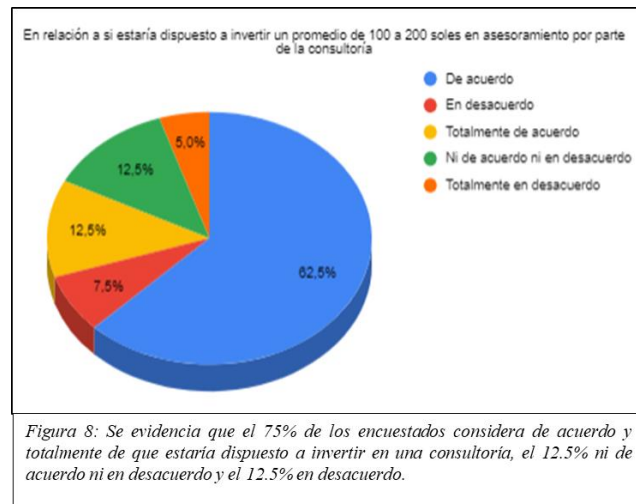
A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 8

¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	3	7.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	12.5%
De acuerdo	25	62.5%
Totalmente de acuerdo	5	12.5%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



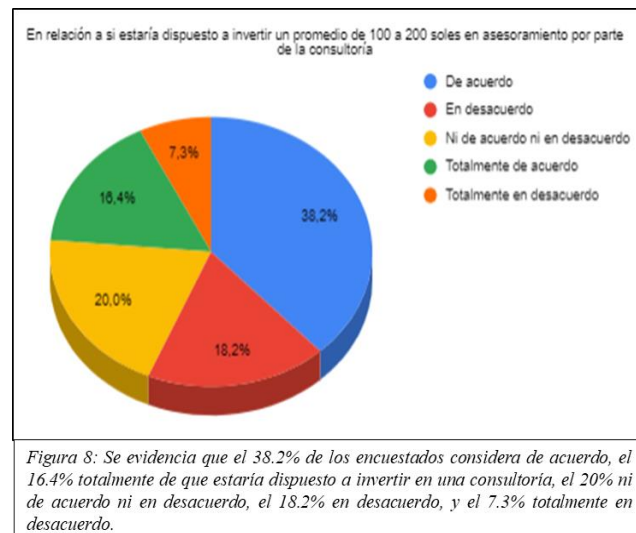
B. Hostales

Tabla 8

¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.3%
En desacuerdo	10	18.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	20%
De acuerdo	21	38.2%
Totalmente de acuerdo	9	16.4%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



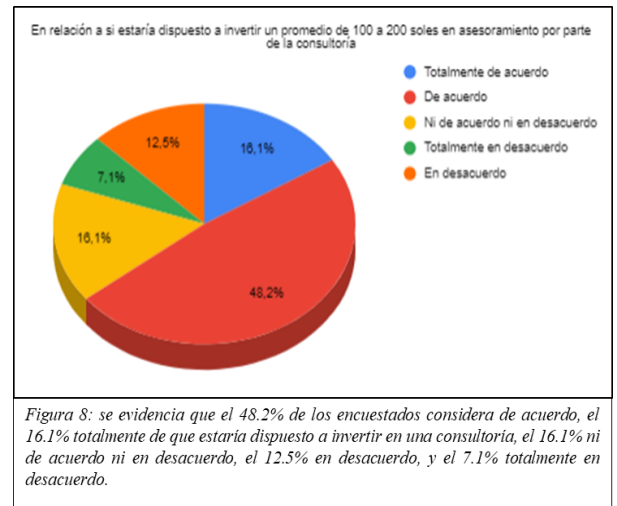
C. Hoteles

Tabla 8

¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	7	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	16.1%
De acuerdo	27	48.2%
Totalmente de acuerdo	9	16.1%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



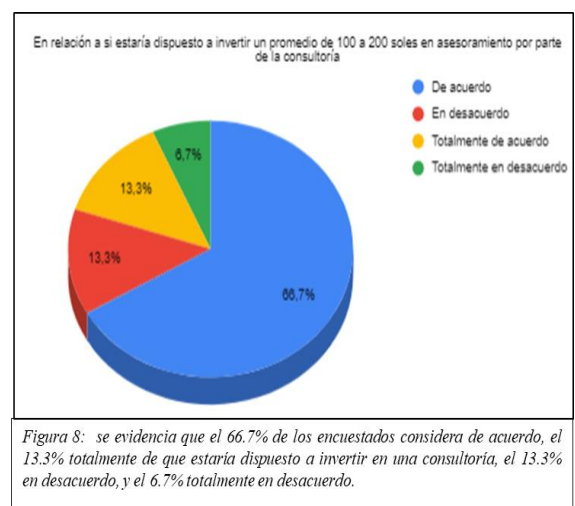
D. Restaurantes

Tabla 8

¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	6.7%
En desacuerdo	2	13.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	10	66.7%
Totalmente de acuerdo	2	13.3%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 75% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de que estaría dispuesto a invertir en una consultoría, el 12.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.5% en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el mayor porcentaje que es 75% estaría dispuesto a invertir en una consultoría.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 38.2% de los encuestados considera de acuerdo, el 16.4% totalmente de que estaría dispuesto a invertir en una consultoría, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18.2% en desacuerdo, y el 7.3% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el mayor porcentaje que es 38.2% estaría dispuesto a invertir en una consultoría.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 48.2% de los encuestados considera de acuerdo, el 16.1% totalmente de que estaría dispuesto a invertir en una consultoría, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 12.5% en desacuerdo, y el 7.1% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, el porcentaje algo de 48.2% estaría dispuesto a invertir en una consultoría.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 66.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 13.3% totalmente de que estaría dispuesto a invertir en una consultoría, el 13.3% en desacuerdo, y el 6.7% totalmente en desacuerdo.

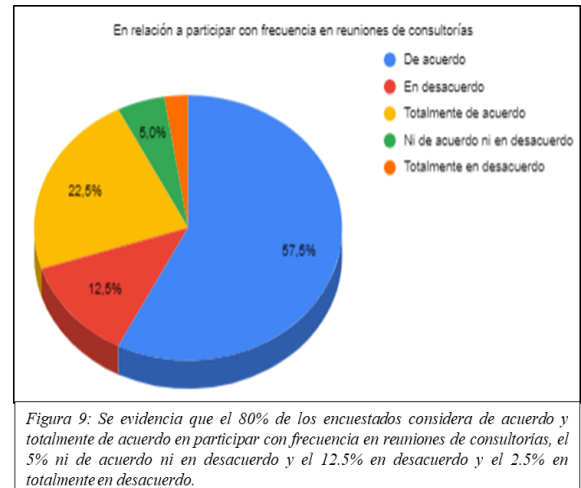
Interpretación: Por lo tanto, el porcentaje algo de 66.7% estaría dispuesto a invertir en una consultoría.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 9

¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	2.5%
En desacuerdo	5	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	5%
De acuerdo	23	57.5%
Totalmente de acuerdo	9	22.5%
Total General	40	100%



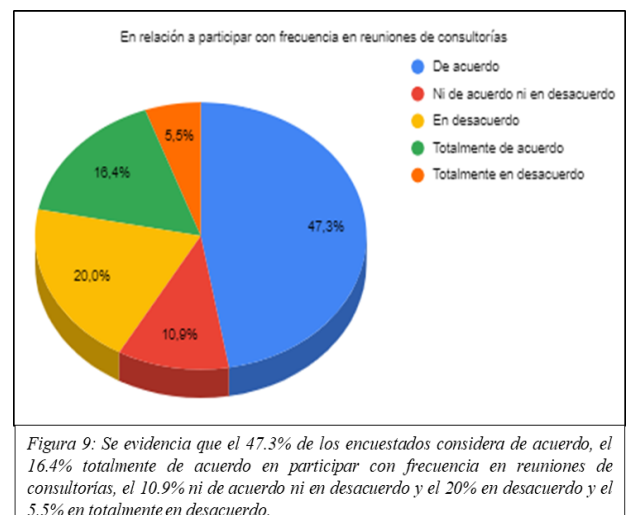
Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

B. Hostales

Tabla 9

¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	5.5%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.9%
De acuerdo	26	47.3%
Totalmente de acuerdo	9	16.4%
Total General	55	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

C. Hoteles

Tabla 9

¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	5.4%
En desacuerdo	8	14.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	16.1%
De acuerdo	25	44.6%
Totalmente de acuerdo	11	19.6%
Total General	56	100%



Figura 9: se evidencia que el 44.6% de los encuestados considera de acuerdo, el 19.6% totalmente de acuerdo en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5.4% en desacuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

D. Restaurantes

Tabla 9

¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	1	6.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	23.3%
De acuerdo	7	46.7%
Totalmente de acuerdo	5	33.3%
Total General	15	100%



Figura 9: se evidencia que el 46.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 33.3% totalmente de acuerdo en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, el 23.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 6.7% en desacuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 80% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, el 5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 12.5% en desacuerdo y el 2.5% en totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, para los encuestados si es importante en participar con frecuencia en reuniones de consultorías.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 47.3% de los encuestados considera de acuerdo, el 16.4% totalmente de acuerdo en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, el 10.9% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 20% en desacuerdo y el 5.5% en totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, para los encuestados el 47.3% si es importante en participar con frecuencia en reuniones de consultorías.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 44.6% de los encuestados considera de acuerdo, el 19.6% totalmente de acuerdo en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 5.4% en desacuerdo.

Interpretación: Por lo tanto, para los encuestados si es importante en participar con frecuencia en reuniones de consultorías.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 46.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 33.3% totalmente de acuerdo en participar con frecuencia en reuniones de consultorías, el 13.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 6.7% en desacuerdo.

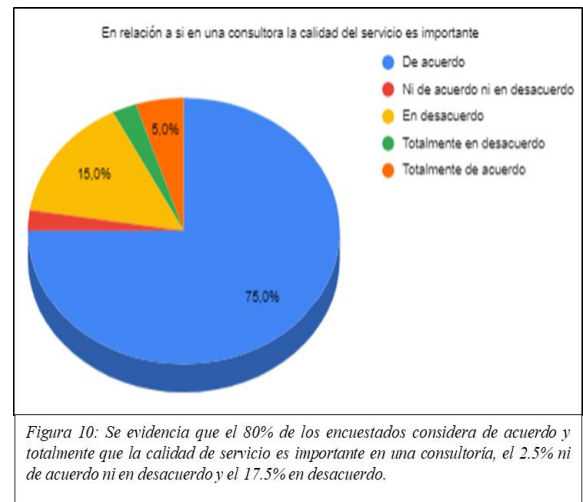
Interpretación: Por lo tanto, si es importante en participar con frecuencia en reuniones de consultorías.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 10

¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	6	15%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	1	2.5%
De acuerdo	30	75%
Totalmente de acuerdo	2	5%
Total General	40	100%



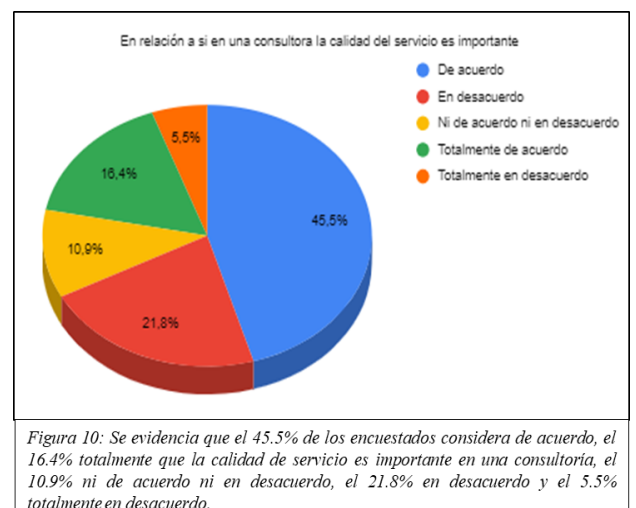
Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

B. Hostales

Tabla 10

¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	3	5.5%
En desacuerdo	12	21.8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	10.9%
De acuerdo	25	45.5%
Totalmente de acuerdo	9	16.4%
Total General	55	100%



Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

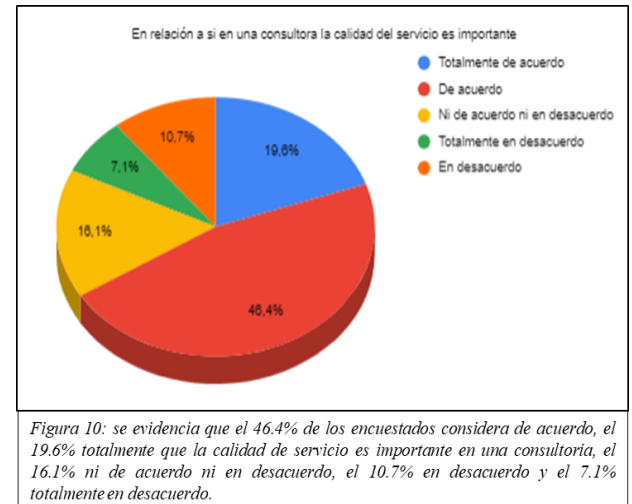
C. Hoteles

Tabla 10

¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	6	10.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	16.1%
De acuerdo	26	46.4%
Totalmente de acuerdo	11	19.6%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



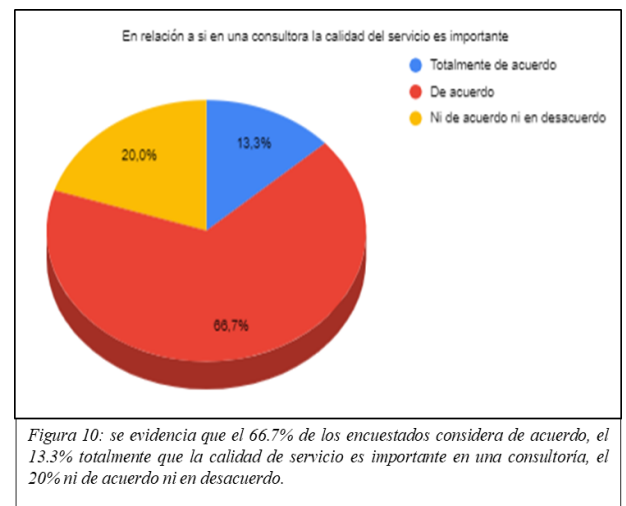
D. Restaurantes

Tabla 10

¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	20%
De acuerdo	10	66.7%
Totalmente de acuerdo	2	13.3%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 80% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente que la calidad de servicio es importante en una consultoría, el 2.5% ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 17.5% en desacuerdo.

Interpretación: Un alto porcentaje dice que la calidad de servicio es importante en una consultoría.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 45.5% de los encuestados considera de acuerdo, el 16.4% totalmente que la calidad de servicio es importante en una consultoría, el 10.9% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 21.8% en desacuerdo y el 5.5% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: El 45.5% dice que la calidad de servicio es importante en una consultoría.

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, el 19.6% totalmente que la calidad de servicio es importante en una consultoría, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.7% en desacuerdo y el 7.1% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Un alto porcentaje dice que la calidad de servicio es importante en una consultoría.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 66.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 13.3% totalmente que la calidad de servicio es importante en una consultoría, el 20% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

- **Interpretación:** Un alto porcentaje el 66.7% dice que la calidad de servicio es importante en una consultoría.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 11

¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	5%
En desacuerdo	5	12.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	29	72.5%
Totalmente de acuerdo	4	10%
Total General	40	100%



Figura 11: Se evidencia que el 82.5% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente estaría dispuesto a adquirir una consultoría y el 17.5% en desacuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

B. Hostales

Tabla 11

¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	3.6%
En desacuerdo	14	25.5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	9.1%
De acuerdo	25	45.5%
Totalmente de acuerdo	9	16.4%
Total General	55	100%



Figura 11: Se evidencia que el 45.5% de los encuestados considera de acuerdo, 16.4% totalmente de acuerdo estaría dispuesto a adquirir una consultoría, el 9.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 25.5% en desacuerdo, el 3.6% totalmente en desacuerdo

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

C. Hoteles

Tabla 11

¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	6	10.7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	16.1%
De acuerdo	26	46.4%
Totalmente de acuerdo	11	19.6%
Total General	56	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 11: se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, 19.6% totalmente de acuerdo estaría dispuesto a adquirir una consultoría, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.7% en desacuerdo, el 7.1% totalmente en desacuerdo.

D. Restaurantes

Tabla 11

¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	6.7%
En desacuerdo	2	13.3%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0%
De acuerdo	11	73.3%
Totalmente de acuerdo	1	6.7%
Total General	15	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

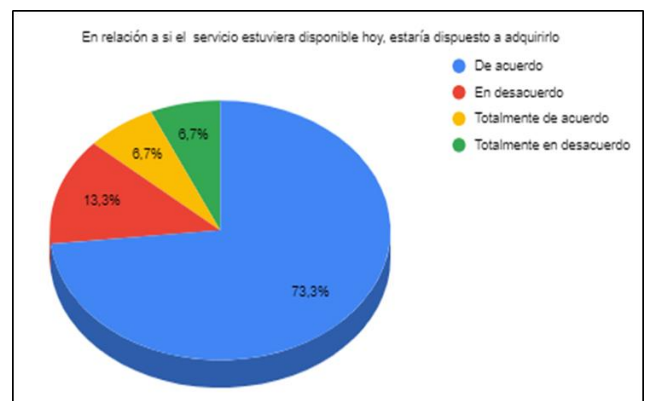


Figura 11: se evidencia que el 73.3% de los encuestados considera de acuerdo, el 6.7% totalmente de acuerdo estaría dispuesto a adquirir una consultoría, el 13.3% en desacuerdo, el 6.7% totalmente en desacuerdo.

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo**, se evidencia que el 82.5% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente estaría dispuesto a adquirir una consultoría y el 17.5% en desacuerdo.
Interpretación: El mayor porcentaje de los encuestados si estaría dispuesto a adquirir una consultoría.
- **Descripción: Hostales**, se evidencia que el 45.5% de los encuestados considera de acuerdo, 16.4% totalmente de acuerdo estaría dispuesto a adquirir una consultoría, el 9.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 25.5% en desacuerdo, el 3.6% totalmente en desacuerdo.
Interpretación: El mayor porcentaje de los encuestados si estaría dispuesto a adquirir una consultoría.
- **Descripción: Hoteles**, se evidencia que el 46.4% de los encuestados considera de acuerdo, 19.6% totalmente de acuerdo estaría dispuesto a adquirir una consultoría, el 16.1% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 10.7% en desacuerdo, el 7.1% totalmente en desacuerdo.
Interpretación: El 46.4% de los encuestados si estaría dispuesto a adquirir una consultoría.
- **Descripción: Restaurantes**, se evidencia que el 73.3% de los encuestados considera de acuerdo, el 6.7% totalmente de acuerdo estaría dispuesto a adquirir una consultoría, el 13.3% en desacuerdo, el 6.7% totalmente en desacuerdo.
Interpretación: El mayor porcentaje de los encuestados si estaría dispuesto a adquirir una consultoría.

A. Agencias de Viajes y Turismo

Tabla 12

¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	4	10%
De acuerdo	22	55%
Totalmente de acuerdo	14	35%
Total General	40	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia



Figura 12: Se evidencia que el 90% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, y el 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

B. Hostales

Tabla 12

¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?

Indicador	Cuenta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	3.6%
En desacuerdo	10	18.2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	9	16.4%
De acuerdo	23	41.8%
Totalmente de acuerdo	11	20%
Total General	55	100%

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

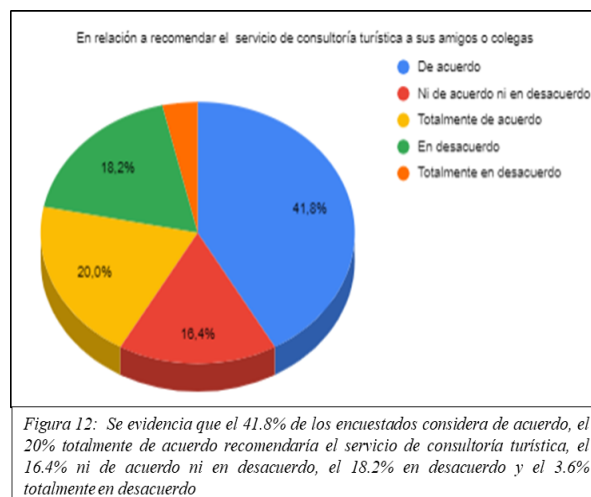


Figura 12: Se evidencia que el 41.8% de los encuestados considera de acuerdo, el 20% totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, el 16.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18.2% en desacuerdo y el 3.6% totalmente en desacuerdo

C. Hoteles

Tabla 12

¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	4	7.1%
En desacuerdo	5	8.9%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	19.6%
De acuerdo	16	28.6%
Totalmente de acuerdo	20	35.7%
Total General	56	100%



Figura 12: se evidencia que el 28.6% de los encuestados considera de acuerdo, el 35.7% totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, el 19.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.9% en desacuerdo y el 7.1% totalmente en desacuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

D. Restaurantes

Tabla 12

¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?

Indicador	Cuesta de numero de encuestados	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	13.3%
De acuerdo	4	26.7%
Totalmente de acuerdo	9	60%
Total General	15	100%



Figura 12: se evidencia que el 26.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 60% totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, y el 13.3% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Encuesta a Prestadores de Servicios Turísticos
Fuentes: Elaboración Propia

- **Descripción: Agencias de Viajes y de Turismo,** se evidencia que el 90% de los encuestados considera de acuerdo y totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, y el 10% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Interpretación: Un porcentaje bastante elevado si recomendaría el servicio de consultoría turística.

- **Descripción: Hostales,** se evidencia que el 41.8% de los encuestados considera de acuerdo, el 20% totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, el 16.4% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 18.2% en desacuerdo y el 3.6% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: El 41.8% de los encuestados si recomendaría el servicio de consultoría turística

- **Descripción: Hoteles,** se evidencia que el 28.6% de los encuestados considera de acuerdo, el 35.7% totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, el 19.6% ni de acuerdo ni en desacuerdo, el 8.9% en desacuerdo y el 7.1% totalmente en desacuerdo.

Interpretación: Un porcentaje bastante elevado estaría totalmente de acuerdo en recomendar el servicio de consultoría turística.

- **Descripción: Restaurantes,** se evidencia que el 26.7% de los encuestados considera de acuerdo, el 60% totalmente de acuerdo recomendaría el servicio de consultoría turística, y el 13.3 % ni de acuerdo ni en desacuerdo.

Interpretación: Un porcentaje bastante elevado si recomendaría el servicio de consultoría turística.

Entrevista 2: Dirigido a los Expertos en Consultorías



Objetivo: Diseñar una propuesta de plan de negocio para la implementación de una consultora de emprendimiento de servicios turísticos.

Mediante esta entrevista, se pretende recopilar información, lea detenidamente las preguntas que a continuación se detallan. Se le agradece su colaboración.

1. ¿Cuáles son las estrategias que están utilizando actualmente las empresas consultoras?
2. ¿Cuántos años de experiencia tiene y que lo motivo a estar en el rubro de consultorías?
3. ¿Cuáles son las metas o desafíos de las empresas consultoras en la actualidad?
4. ¿Qué es lo más importante en las empresas consultoras?
5. ¿Cuál es el futuro de las empresas consultoras?

Caso: Entrevista a expertos en Consultorías

Objetivo: Crear una consultora de emprendimientos turísticos

Población: 10 personas

Pregunta 1: ¿Cuáles son las estrategias que están utilizando actualmente las empresas consultoras?

Los entrevistados gerentes y administradores, opinan que una de las estrategias que más utilizan es hacer que nuestros clientes sean los promotores de nuestro servicio, sin duda alguna no hay nada mejor que las opiniones de ellos basados en sus experiencias, hacer que el cliente que ya está fidelizado y que recurre frecuente a una consultoría difunda los beneficios adquiridos gracias a la prestación de los servicios, también otras estrategias son los medios de comunicación los más allegados como redes sociales, llegando a un público bien definido.

Pregunta 2: ¿Por qué las empresas necesitan de la consultoría?

En opinión de los entrevistados comentan que hay varias razones por la cual una persona contrata una consultoría, es la necesidad de contar con el conocimiento de un profesional que sea externo a su negocio el cual pueda guiarlo eficientemente a enfrentar las diferentes situaciones y de entender los retos del mercado, así mismo contar con la parte estratégica que les permitan aumentar sus ingresos, poder ser competitivos, tener un buen crecimiento en su empresa y siempre estar en una mejora continua.

Pregunta 3: ¿Cuáles son las metas o desafíos de las empresas consultoras en la actualidad?

En opinión de los entrevistados comentan que el gran desafío sería en atraer nuevos clientes, no es fácil cuando recién comienzas, uno tiene que ir poco a poco ofreciendo el servicio de consultoría, pero nunca dejando de lado el de involucrarse en los temas más actualizados,

estar en entera aprendizaje hasta poder ofrecer una buena asistencia y ser el soporte que los clientes necesitan para sacar adelante sus empresas, y en cuanto a retos es poder retener a nuestros clientes antiguos, tiene que haber siempre la relación entre consultor-cliente y necesita un mantenimiento habitual.

Pregunta 4: ¿Qué es lo más importante en las empresas consultoras?

Los entrevistados comentan que siempre es bueno indagar en una mejora para la empresa, por ello buscan profesionalismo, la confianza, pero sobre todo experiencia que les pueda brindar y ayudar a tener un mejor servicio a tener una perspectiva más objetiva y neutral de lo que está ocurriendo y como se puede resolver, ya que en la actualidad vivimos en un país de cambios constantes de innovación, además se debe a una gestión vinculada con el negocio del cliente, en la que ambas partes trabajen por un mismo objetivo y así posteriormente lograr resultados visibles.

Pregunta 5: ¿Cuál es el futuro de las empresas consultoras?

Los entrevistados nos comentan que el futuro de esto es muy prospero en todo aspecto económico, social, entre otros, se puede tener en las consultoras todo tipo de profesionales en donde se aporta conocimientos, y más si es una consultora de turismo, ya que es una rama fundamental es parte esencial de la economía del país y se ha convertido en la actividad fuertemente competitiva, el cliente no solo ve el servicio o el costo sino la expectativa que se puede generar.

ANEXO 4: Autorización de aplicación del instrumento

Chiclayo, 22 de mayo 2020

Señor Mgtr. José Antonio Paz Perinango

Es grato dirigirme a Usted para manifestarle mi saludo cordial. Dada su experiencia profesional y méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforman los instrumentos (anexos), que serán aplicados a una muestra seleccionada que tiene como finalidad recoger información directa para la investigación titulada: **“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque”** para obtener el grado académico de Máster en Administración de Negocios - MBA.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento.

Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia u otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Muy atentamente,

Dr. Christian Abraham Dios Castillo.

JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA ENCUESTA QUE SERÁ APLICADA A LOS ELEMENTOS DE LA MUESTRA

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

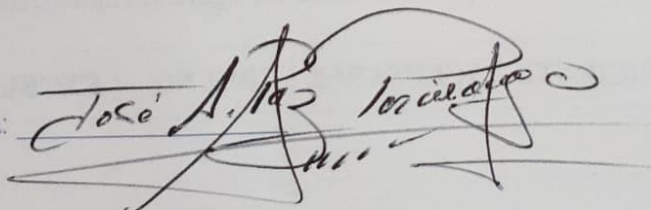
Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia con los indicadores, dimensiones y variables de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o mejora de cada pregunta.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado Académico: **Maestro en Gestión de Empresas Turística y Hoteleras**

Nombre y Apellido: **José Antonio Paz Perinango**

Firma:

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'José A. Paz Perinango', written over a horizontal line.

PREGUNTAS	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende					OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Esencial	Útil pero no Esencial	No importante	
1. ¿Cree usted que una consultoria turistica lograria el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?	x		x		x		x		x		x			
2. ¿Cree usted que una consultoria turistica ayudaria a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?	x		x		x		x		x		x			
3. ¿Estaria usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoria turistica para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?	x		x		x		x		x		x			
4. ¿Estaria interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorias?	x		x		x		x		x		x			
5. ¿Estaria dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoria?	x		x		x		x		x		x			

6. ¿Cuándo escucha servicio de consultoría, cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?	x		x		x		x						
7. ¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?	x		x		x		x						
8. ¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?	x		x		x		x						
9. ¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?	x		x		x		x						
10. ¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?	x		x		x		x						
11. Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, le parece interesante para un servicio de consultoría?	x		x		x		x						
12. ¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?	x		x		x		x						

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

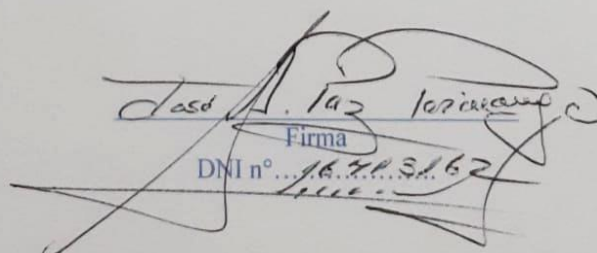
Quien suscribe, **José Antonio Paz Perinango**, con documento de identidad N° **16413162**, de profesión **Licenciado en Ciencias Histórico Sociales (Historia y Geografía)** con Grado de **Maestro en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ejerciendo actualmente como **Docente**, en la **Universidad San Martín de Porres / Facultad de Ciencias de la Comunicación Turismo y Psicología – Escuela Profesional de Turismo y Hotelería**.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación a los prestadores de servicios turísticos de Lambayeque.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems		X		
Claridad y precisión		X		
Pertinencia		X		

Fecha: 22/05/2020


Firma
DNI n°...16.413.162

Chiclayo, 22 de mayo 2020

Señor Mgtr. Elvis Serruto Perea

Es grato dirigirme a Usted para manifestarle mi saludo cordial. Dada su experiencia profesional y méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforman los instrumentos (anexos), que serán aplicados a una muestra seleccionada que tiene como finalidad recoger información directa para la investigación titulada: **“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque”** para obtener el grado académico de Máster en Administración de Negocios - MBA.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento.

Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia u otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Muy atentamente,

Dr. Christian Abraham Dios Castillo.

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA ENCUESTA QUE SERÁ APLICADA A
LOS ELEMENTOS DE LA MUESTRA**

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia con los indicadores, dimensiones y variables de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o mejora de cada pregunta.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado Académico: MAESTRO

Nombre y Apellido: ELVIS SERRUTO PEREA

Firma: _____

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Elvis Serruto Perea', written over a horizontal line.

PREGUNTAS	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende					OBSERVACIONES (Por favor, indique si debe eliminarse o modificarse algún ítem)
	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Sí	No	Esencial	Útil pero no Esencial	No importante	
1. ¿Estaría usted interesado en recibir asesoramiento por parte de una consultoría turística para mejorar su calidad de servicio con el turista o visitante?	x		x		x		x		x			x		
2. ¿Le generaría expectativa el tomar la decisión de contratar un servicio de consultoría especializada y personalizada?	x		x		x		x		x			x		
3. ¿Cree usted que una consultoría turística lograría el mejoramiento de calidad de servicio, para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?	x		x		x		x		x			x		Sería importante diferenciar calidad de servicio, algunos autores lo hacen
4. ¿Cree usted que una consultoría turística ayudaría a establecer planes estratégicos para desarrollar el turismo en la región de Lambayeque?	x		x		x		x		x			x		
5. Los temas: Servicio al cliente, Marketing empresarial, Responsabilidad social, Círculos de calidad, le parece interesante para un servicio de consultoría?	x		x		x		x		x			x		

6. ¿Cuándo escucha servicio de consultoría cree usted que es garantizar la fidelidad de sus clientes a su empresa?	x		x		x		x		x			
7. ¿Cree usted que el servicio de consultoría le ayudaría a planificar mejor frente a la competencia del sector?	x		x		x		x		x			
8. ¿Estaría dispuesto a invertir un promedio de 100 a 200 soles en asesoramiento por parte de la consultoría?	x		x		x		x		x			
9. ¿Estaría interesado en participar con frecuencia en reuniones de consultorías?	x		x		x		x		x			
10. ¿Piensa usted que en una consultora la calidad del servicio es importante?	x		x		x		x		x			
11. ¿Si el servicio estuviera disponible hoy, estaría dispuesto a adquirirlo?	x		x		x		x		x			
12. ¿Recomendaría usted el servicio de consultoría turística a sus amigos o colegas?	x		x		x		x		x			

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN


Quien suscribe, ELVIS SERRUTO PEREA, con documento de identidad N° 29426574, de profesión LIC. EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA-HOTELERA con Grado de MAESTRO, ejerciendo actualmente como DOCENTE UNIVERSITARIO, en la Institución UNIVERSIDAD SAN MARTÍN DE PORRES.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación a los prestadores de servicios turísticos de Lambayeque.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			X	
Amplitud de contenido			X	
Redacción de los Ítems			X	
Claridad y precisión			X	
Pertinencia			X	

Fecha: 22 de mayo del 2020


Firma
DNI n° 29426574

Chiclayo, 23 de mayo 2020

Señorita Mgtr. Cilenny Cayatopa Ylatoma

Es grato dirigirme a Usted para manifestarle mi saludo cordial. Dada su experiencia profesional y méritos académicos y personales, le solicito su inapreciable colaboración como experto para la validación de contenido de los ítems que conforman los instrumentos (anexos), que serán aplicados a una muestra seleccionada que tiene como finalidad recoger información directa para la investigación titulada: **“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque”** para obtener el grado académico de Máster en Administración de Negocios - MBA.

Para efectuar la validación del instrumento, Usted deberá leer cuidadosamente cada enunciado y sus correspondientes alternativas de respuesta, en donde se pueden seleccionar una, varias o ninguna alternativa de acuerdo al criterio personal y profesional que corresponda al instrumento.

Se le agradece cualquier sugerencia relativa a la redacción, el contenido, la pertinencia y congruencia u otro aspecto que considere relevante para mejorar el mismo.

Muy atentamente,

Dr. Christian Abraham Dios Castillo.

**JUICIO DE EXPERTO SOBRE LA ENCUESTA QUE SERÁ APLICADA A
LOS ELEMENTOS DE LA MUESTRA**

INSTRUCCIONES:

Coloque en cada casilla un aspa correspondiente al aspecto cualitativo de cada ítem y alternativa de respuesta, según los criterios que a continuación se detallan.

Las categorías a evaluar son: Redacción, contenido, congruencia y pertinencia con los indicadores, dimensiones y variables de estudio. En la casilla de observaciones puede sugerir el cambio o mejora de cada pregunta.

Muchas gracias por su apoyo.

Grado Académico: MAESTRO

Nombre y Apellido: CILENNY CAYATOPA YLATOMA

Firma: 

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN

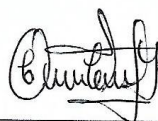
Quien suscribe, CILENNY CAYATOPA YLATOMA, con documento de identidad N° 70971521, de profesión LIC. TURISMO Y NEGOCIOS, con Grado de MAESTRO, ejerciendo actualmente como DOCENTE UNIVERSITARIO, en la UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN.

Por medio de la presente hago constar que he revisado con fines de Validación el Instrumento (encuesta), a los efectos de su aplicación a los prestadores de servicios turísticos de Lambayeque.

Luego de hacer las observaciones pertinentes, puedo formular las siguientes apreciaciones.

	DEFICIENTE	ACEPTABLE	BUENO	EXCELENTE
Congruencia de Ítems			x	
Amplitud de contenido			x	
Redacción de los Ítems			x	
Claridad y precisión			x	
Pertinencia			x	

Fecha: 23 de mayo del 2020



Firma
DNI n° 70971521

ANEXO 5: Autorización de la Entidad



GOBIERNO REGIONAL DE
LAMBAYEQUE

GERENCIA REGIONAL DE
COMERCIO EXTERIOR Y
TURISMO

AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, informo que la **Gerencia Regional de Comercio Exterior y Turismo GERCETUR**, autoriza brindarle el apoyo respectivo y la información necesaria a la Srta. YULIANA DEL ROSARIO CABREJOS BRAVO, con DNI: 45840507, como un soporte de ayuda referido a consultorías en servicios turísticos para el desarrollo de su Tesis de Posgrado, que es una nueva creación de empresa la cual lleva por título "Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque".

Dicha información se recopilará para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente autorización a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

Chiclayo, 29 de mayo 2020

Atentamente

CPC JUAN PÍO MARTÍN GANVINI FALEN
DIRECTOR DE TURISMO Y ARTESANÍA
GERENCIA REGIONAL DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO LAMBAYEQUE



AUTORIZACIÓN

Por medio de la presente, informo que la empresa **PERÚ LEGENDARIO OPERADOR DE TURISMO**, autoriza brindarle el apoyo respectivo y la información necesaria a la Srta. YULIANA DEL ROSARIO CABREJOS BRAVO, con DNI: 45840507, como un soporte de ayuda referido a consultorías en servicios turísticos para el desarrollo de su Tesis de Posgrado, que es una nueva creación de empresa la cual lleva por título "Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque".

Dicha información se recopilará para posteriormente ser registrada en su investigación con fines netamente pedagógicos.

Se expide la presente autorización a solicitud de la interesada para los fines que estime conveniente.

Chiclayo, 28 de mayo 2020

Atentamente

Josías Gustavo Huamán Morales
Gerente

ANEXO 6: Detalles de la Propuesta

Tabla 2: Fases de la Propuesta

N	Fases (Dimensiones de la VI)	Objetivo	Actividades (Sub dimensiones de la VI)	Indicador	Meta	Período	Responsable
1	Plan Estratégico	Identificar la efectividad de las estrategias para la toma de buenas decisiones	Definición de la Misión, Visión, Valores	Precisión del direccionamiento estratégicos	Preciso	5 meses	Investigadora, expertos en consultorías
			Fuerzas Competitivas	Análisis de las fuentes competitivas	Preciso	5 meses	
			Análisis Estratégico (interno y externo - Foda)	Evaluar la situación actual de las empresas	Preciso	5 meses	
			Definición de los Objetivos Estratégicos	Establecer en un periodo de tiempo	Preciso	4 meses	
			Plan de Acción	Precisión de los resultados y objetivos	Clientes de las empresas	4 meses	
			Plan de Seguimiento				
2	Plan de Mercadeo	Identificar los elementos claves para atraer más	Definición de la Estrategia de Segmentación	Identificación del mercado meta	Clientes potenciales identificados	7 meses	Investigadora, expertos en consultorías, y la entidad a trabajar (GERCETUR)
			Definición de la Estrategia de Diferenciación	Precisión de innovación	Competidores actuales y potenciales	7 meses	

		clientes.	Definición de la Estrategia de Posicionamiento	Identificación de lo que esperan los cliente	Interacción con el cliente	8 meses	
			Definición de la Estrategia de Marketing	Identificación del costo de clientes	Contactos en potenciales clientes	8 meses	
3	Plan Operativo	Identificar las acciones para establecer los pasos de ejecución	Planificación	Identificar los resultados alcanzar	Ejecutivos de la consultoría	4 meses	Investigadora, expertos en consultorías, y la entidad a trabajar(GERCETUR)
			Ejecución (programación)			6 meses	
4	Plan de Gestión del Talento Humano	Mejorar las habilidades y conocimientos de cada trabajador	Organización de la empresa	Mejoramiento continuo de la consultoría	Vinculación con los consultores	8 meses	Investigadora, expertos en consultorías
			Equipo Directivo (talento humano)			7 meses	
			Fijar Puestos			4 meses	
			Contratación y Salario			4 meses	
5	Plan Financiero	Identificar la viabilidad del negocio	Definición del Presupuesto	Precisión de la viabilidad financiera	Preciso	5 meses	Investigadora, expertos en consultorías
			Definición de Metas financieras			7 meses	
			Definición de Estrategias Financieras			7 meses	
			Definición de Proyecciones Futuras			9 meses	

1. PLAN ESTRATÉGICO:

- Misión:

Nuestra misión es contribuir en el desarrollo turístico con el principal objetivo de ayudar a nuestros clientes a que sus empresas sean cada vez más rentable, competitivos y creativos, creando bienestar y satisfacción.

- Visión:

Mantenernos posicionados con el reconocimiento de consultorías de servicios turísticos, mediante la garantía de confiabilidad y gestión de nuestros clientes; siendo el motor principal de apoyo organizacional.

- Valores:

- ✓ Integridad
- ✓ Servir a los clientes el nivel de excelencia profesional
- ✓ Respeto
- ✓ Efectividad
- ✓ Espíritu de compañerismo

- Ética:

- ✓ Crear lealtad y confianza en los clientes
- ✓ Mantener la calidad en las asesorías
- ✓ Compromiso por parte de la consultoría
- ✓ Mejora la imagen de la consultoría
- ✓ Motivación y satisfacción del consultor

- Fuerzas Competitivas:

Es importante que los prestadores de servicios turísticos conozcan su entorno empresarial, para tomar medidas, tácticas y cualidades que les permita ser más competitivo en el mercado.

1. Rivalidad entre empresas:

Nos permite comprender que cuantas más empresas de turismo estén compitiendo en el mercado mayor es el desafío de consolidarse.

Cuanto más innovador y enfocado sea el servicio turístico mayores posibilidades de éxito tendrá la empresa con el fin de incrementar las ventas.

2. Amenaza de ingreso de nuevos competidores:

Lambayeque en el sector turístico es productivo, y esto hace que exista una amenaza de que ingresen nuevos competidores al mercado de consultorías.

Esto nos permite comprender que esas amenazas se pueden romper con inversión, calidad y un equipo profesional competitivo, siendo la consultoría un tema confianza, siempre existe la facilidad del acceso a consultores independientes en turismo

3. Amenaza de posibles productos sustitutos:

Esto nos permite percibir que el mercado turístico es dinámico y que la innovación empresarial es de valiosa importancia para conservarse en el mercado.

Es difícil encontrar personas dentro de la empresa que puedan reemplazar un a un consultor y desarrollar temas de consultoría turística

4. Poder de negociación de los proveedores:

Existe una oferta importante de empresas y profesionales expertos en diversas áreas de las empresas turísticas cuyos servicios serán importantes para el trabajo de consultoría

La mejor manera de ser competitivos en el mercado es consolidar acuerdos y alianzas estratégicas entre gremios turísticos, con el fin de generar relaciones mutuamente beneficiosas.

5. Poder de negociación de los clientes:

Hay una variedad de prestadores de servicios turísticos que son nuestros clientes potenciales, pero al no ser un servicio conocido las empresas recurren a los servicios de consultoría solo cuando tienen problemas urgentes.

La razón importante es la diferenciación y el posicionamiento de la marca en consultoría turística.

- Análisis Estratégico (Foda):

Tabla 3: Análisis Estratégico

Fortaleza <ul style="list-style-type: none">• Experiencia trabajando y capacitando a prestadores de servicios turísticos• Experiencia profesional en diversas áreas de la consultoría turística	Oportunidad <ul style="list-style-type: none">• El mercado turístico se incrementa de manera importante cada año• Necesidades de los clientes generando el necesario desarrollo de nuevas capacidades
Debilidad <ul style="list-style-type: none">• Poca experiencia como consultor.• Tiempo limitado para dedicarlo a la consultoría.• Los servicios aún no los percibe el cliente.	Amenaza <ul style="list-style-type: none">• Fuerte competencia de consultoría turística.• Que los prestadores de servicios no valoren el servicio.• Poca capacidad de clientes por el Covid-19

Fuente: Elaboración Propia

- Objetivos Estratégicos:
 - ✓ Mejorar la satisfacción del cliente
 - ✓ Satisfacción del mercado
 - ✓ Ser apreciados como una consultoría flexible
 - ✓ Aportar al sector turístico en capacitación a los diferentes prestadores de servicios turísticos

- Plan de Acción:

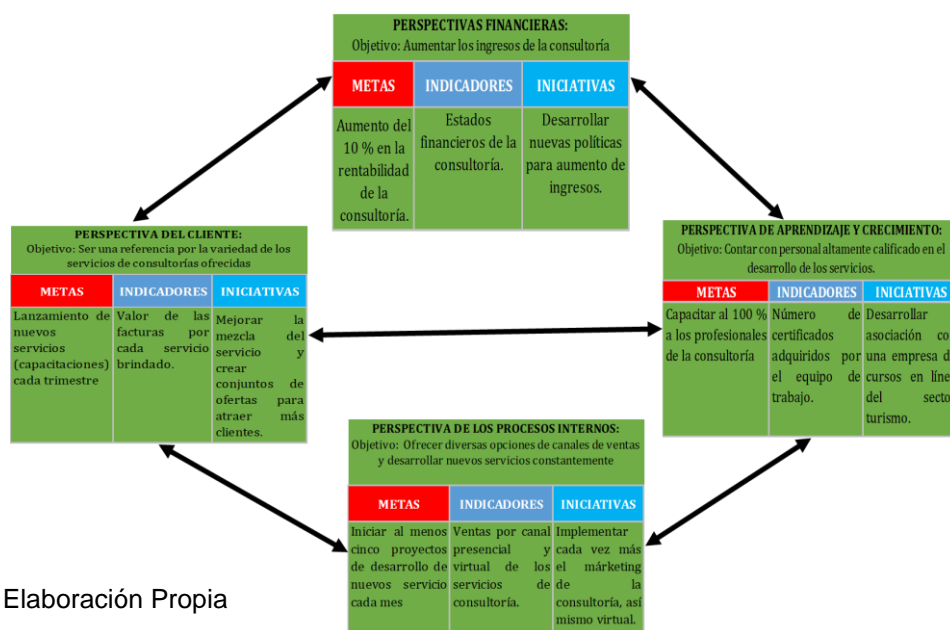
Tabla 4: Plan de Acción

Objetivo	Programa	Acción a desarrollar	Periodo	Responsable
Mejorar la satisfacción del cliente	Cumplir con las expectativas	Mejoramiento de promociones	6 meses	Investigadora
Satisfacción del mercado	Aumentar la retención y captación de clientes	Realizar llamada y visitas con la finalidad de ofrecer los servicios de consultoría	7 meses	Investigadora
Ser calificados como una consultoría flexible	Desarrollar posicionamiento de la consultora	Sentirse apreciado por el consultor generando confianza al cliente	6 meses	Investigadora
Aportar al sector turístico en capacitación a los diferentes prestadores de servicios turísticos	Proporcionar información oportuna y fiable a los clientes	Programar asistencia en cursos de capacitación	8 meses	Investigadora

Fuente: Elaboración propia

- Plan de Seguimiento:

Gráfico 10: Balanced Scorecard (BSC) – Cuadro de mando de la Consultoria de Servicios Turísticos



Fuente: Elaboración Propia

2. PLAN DE MERCADEO:

A. Estrategias de Segmentación:

Nuestra segmentación está basada en los prestadores de servicios de turísticos de Lambayeque, una de las vitales características del sector turístico es su gran diversidad de turistas nacionales y extranjeros, lo cual determina la existencia de una inmensa variedad de necesidades y deseos.

Las empresas turísticas deben identificar los grupos de clientes potenciales no solo conociendo sus necesidades con la finalidad de ofrecerles un servicio adaptado a sus requerimientos, sino también plantear buenas estrategias para dar a conocer y posicionar nuestro servicio de consultoría en la mente de los clientes.

B. Estrategias de Diferenciación:

Nuestra estrategia de diferenciación de la consultora turísticas es ofrecer un servicio capaz de destacar de forma significativa ante los competidores, generando buenas cualidades, características, ser capaces de brindar buena calidad e incentivar la fidelidad de nuestro cliente, brindando una atención exclusiva clara y continua, mostrando siempre el interés por atender las necesidades de nuestros clientes.

C. Estrategias de Posicionamiento:

Es un servicio crucial para nuestra consultoría turística que busca adquirir un servicio integral y con experiencia para el cumplimiento de las necesidades de nuestros clientes, teniendo profesionales enfocados en el ámbito turístico, con buena experiencia, implementando y desarrollando nuevas ideas al servicio de los emprendedores.

D. Estrategias de Marketing:

- **Publicidad:** La publicidad se manejará de manera muy llamativa para atraer y donde se conseguirá la atención, interés, deseo y acción de los clientes.

- Relaciones Publicas: Conseguir beneficios de entidades públicas o privadas, así mismo apoyo de los entes gestores en el rubro turístico para conseguir difusión a través de los distintos medios información favorable para que ayuden a mejorar la imagen de la consultoría turística.
- Ferias turísticas: Elaboración de diferentes actividades, reuniones para atraer al cliente, donde se estimulará a la demanda a través de descuentos, incentivos para mejorar las dificultades de sus empresas
- Marketing mix: Utilización de las 4ps para una buena difusión de conocer la consultoría.

Producto: La idea del servicio de consultoría capacitaciones, que se ofrece al mercado, los mismos que pueden ser adquiridos en forma individual.

Precio: Información sobre el precio en que la empresa ofrece su servicio equivalente a 200 soles el cual aumentará y mejorará sustancialmente en beneficio de nuestros clientes.

Plaza: El servicio desde el origen de su puesta hasta el cliente final que será en todo el centro de Chiclayo, sin embargo, se realizará también a través de la internet.

Promoción: Actividades que tratan de comunicar al cliente sobre los beneficios, la estrategia para dar viabilidad al servicio estará influenciada por el uso de internet y de las redes sociales, en especial del Facebook, para publicar regularmente información de la consultoría de tal manera que se pueda generar empatía entre los clientes potenciales.



3. PLAN OPERATIVO:

Tabla 5: Plan operativo

Cronograma														
Planificación			Ejecución			Seguimiento y Evaluación								
Objetivo Estratégico	Actividades	Aliados Estratégicos	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Mejorar la satisfacción del cliente	<ul style="list-style-type: none">- Conocer las demandas y expectativas del cliente- Identificar tendencias- Desarrollar pautas de servicio	<ul style="list-style-type: none">- Gercetur- Gremios del sector turismo- Prestadores de servicios turísticos					x	x	x	x	x	x	x	x
Satisfacción del mercado	<ul style="list-style-type: none">- Vinculación del cliente con la empresa- Fidelización de cliente- Tener nuevo cliente por recomendación	<ul style="list-style-type: none">- Gercetur- Gremios del sector turismo- Prestadores de servicios turísticos							x	x	x	x	x	x
Ser calificados como una consultoría flexible	<ul style="list-style-type: none">- Tener alto grado de experiencia y formación- Capacidad de análisis- Grado de implicancia y compromiso	<ul style="list-style-type: none">- Gercetur- Gremios del sector turismo- Prestadores de servicios turísticos			x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Aportar al sector turístico en capacitación a los diferentes prestadores de servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none">- Estrategias de enseñanzas- Talleres- Cursos- Conferencias	<ul style="list-style-type: none">- Gercetur- Gremios del sector turismo- Prestadores de servicios turísticos	x		x		x		x		x		x	

Fuente: Elaboración propia

Flujograma del Proceso de la Consultoría Turística

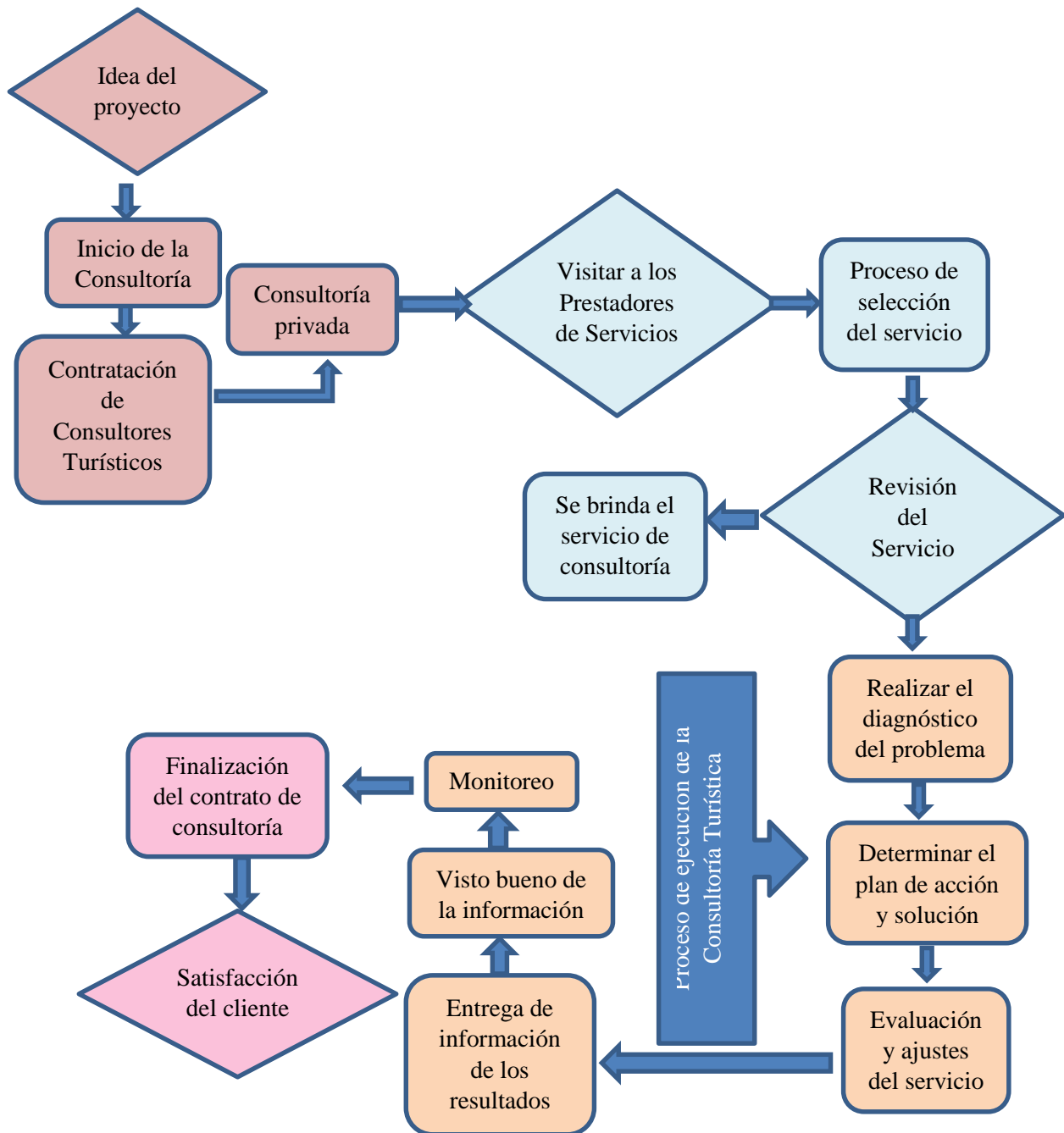


Gráfico 11: Flujograma de Propuesta
Fuente: Elaboración Propia

4. Plan de Gestión del Talento Humano

Organización de la Empresa:

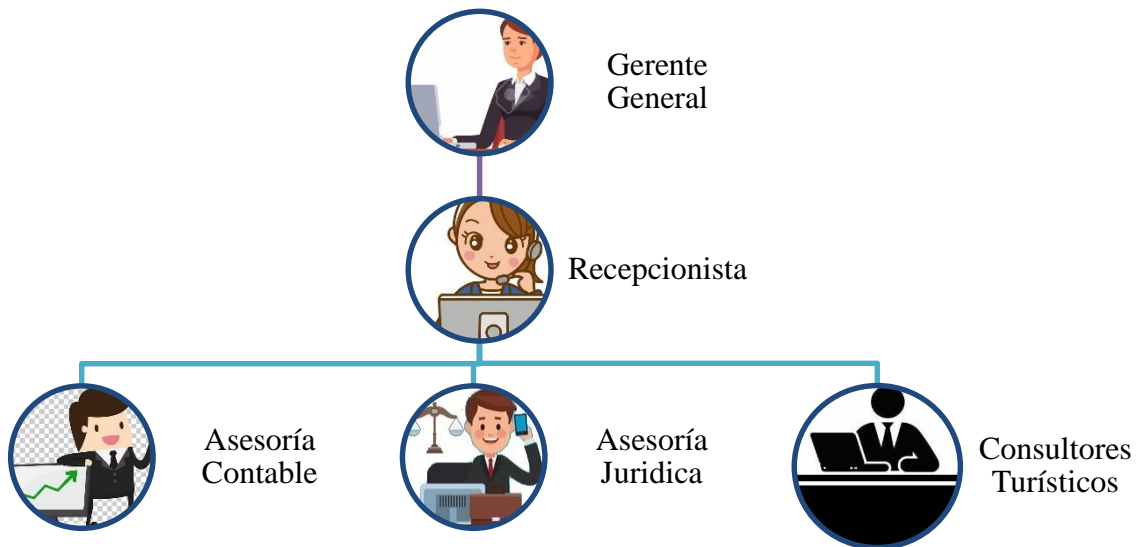


Gráfico 12: Organigrama de la propuesta

Fuente: Elaboración Propia

Equipo Directivo:

- La clave está en conocer y seleccionar a nuestros colaboradores buscando perfiles de competencias que aseguren aprendizajes recomendables, adaptaciones flexibles a los puestos y desarrollo hacia futuro.

Fijar Puestos:

- Evaluación de desempeño, descripción y valoración
- Desarrollo de competencias y habilidades
- Control y gestión, análisis y elaboración de las cuentas
- Asesoría jurídica, ver el número de socios, actividad de la consultora

Contratación

- Descripción de los puestos de trabajos
- Remuneración a los consultores turísticos según el grado profesional

5. Plan Financiero

Tabla 6: Demanda Potencial

Servicio	Unid medida	N° Consultas	Costo	2021		2022		2023		2024		2025		2026		2027		2028		2029		TOTAL
				cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	CANT
Asoramiento Agencias de Viajes	Empresa	2	200	24	200	50	200	5	200	30	200	60	200	90	200	135	200	203	200	304	200	900
Asesoramiento Alojamiento	Empresa	2	200	24	200	30	200	0	200	20	200	50	200	75	200	113	200	169	200	253	200	733
Asesoramiento Restaurantes	Empresa	3	200	24	200	128	200	56	200	28	200	60	200	90	200	135	200	203	200	304	200	1027
Total				72		208		61		78		170		255		383		574		861		2661

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 7: Proyección de Costos de Producción

COSTOS DE OPERACIÓN	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	COSTO UNITARIO (S/.)	COSTO TOTAL	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
1. Costos Indirectos				3,650	3,650	4,161	4,744	5,408	6,165	7,028	8,012	9,133	10,412
Agua	Dia	365	S/. 2	S/. 730	S/. 730	S/. 832	S/. 949	S/. 1,082	S/. 1,233	S/. 1,406	S/. 1,602	S/. 1,827	S/. 2,082
Luz	Dia	365	S/. 8	S/. 2,920	S/. 2,920	S/. 3,329	S/. 3,795	S/. 4,326	S/. 4,932	S/. 5,622	S/. 6,409	S/. 7,307	S/. 8,330
2. Costos Directos				64,800	64,800	73,872	84,214	96,004	109,445	124,767	142,234	162,147	184,848
Pago Personal	Personal	3	21600	64,800	64,800	73,872	84,214	96,004	109,445	124,767	142,234	162,147	184,848
3. Gastos de administración				21,600	21,600	24,624	28,071	32,001	36,482	41,589	47,411	54,049	61,616
Administrador	GLocal	1	21600	21,600	21,600	24,624	28,071	32,001	36,482	41,589	47,411	54,049	61,616
4. Gastos de ventas				21,600	24,624	28,071	32,001	36,482	41,589	47,411	54,049	61,616	70,242
Personal Venta	Global	1	21,600	21,600	24,624	28,071	32,001	36,482	41,589	47,411	54,049	61,616	70,242
Total Costos de Operación				111,650	114,674	130,728	149,030	169,895	193,680	220,795	251,706	286,945	327,117

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 8: Proyección de Producción e Ingresos

Servicio	Cantidad	Precio	Proyección de ventas						Total
			Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	
Asoramiento Agencias de Viajes	399511	600	52,470	78,705	118,058	177,087	265,630	398,445	691,951
Asesoramiento Alojamiento	532326	800	69,960	104,940	157,411	236,116	354,174	531,261	922,601
Asesoramiento Restaurantes	465919	700	61,215	91,823	137,734	206,601	309,902	464,853	807,276
Total			183,646	275,468	413,203	619,804	929,706	1,394,559	2,421,827

Servicio	Unid medida	N° Consultas	Costo	2021		2022		2023		2024		2025		2026		2027		2028		2029		2030		Cant. Total
				cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	cant	s/	
Asoramiento Agencias de Viajes	Empresa	1	600	50	30,000	57.5	34,500	66	39,675	76	45,626	87.5	52,470	131	78,705	197	118,058	295	177,087	443	265,630	664	398,445	399511
Asesoramiento Alojamiento	Empresa	1	800	50	40,000	57.5	46,000	66	52,900	76	60,835	87.5	69,960	131	104,940	197	157,411	295	236,116	443	354,174	664	531,261	532326
Asesoramiento Restaurantes	Empresa	1	700	50	35,000	57.5	40,250	66	46,288	76	53,231	87.5	61,215	131	91,823	197	137,734	295	206,601	443	309,902	664	464,853	465919
Total				150	105,000	173	120,750	198	138,863	228	159,692	262	183,646	394	275,468	590	413,203	885	619,804	1,328	929,706	1,992	1,394,559	1397757

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 9: Estado de Ganancias y Perdidas

					1	2	3	4	5
Estado de Resultados (S/.)	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021	2021
Ventas	120,750	138,863	159,692	183,646	275,468	413,203	619,804	929,706	1,394,559
Costo de Ventas	68,450	78,033	88,958	101,412	115,609	131,795	150,246	171,280	195,260
Utilidad Bruta	52,300	60,830	70,734	82,234	159,859	281,408	469,558	758,426	1,199,300
Gastos Administrativo y Ventas	46,224	52,695	60,073	68,483	78,070	89,000	101,460	115,665	131,858
Depreciación	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000
Utilidad Operativa	5,076	7,134	9,662	12,751	80,789	191,408	367,098	641,761	1,066,442
Gasto Financiero	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad Neta Antes de Impuestos	5,076	7,134	9,662	12,751	80,789	191,408	367,098	641,761	1,066,442
Impuesto a la Renta									
Utilidad Neta	5,076	7,134	9,662	12,751	80,789	191,408	367,098	641,761	1,066,442

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 10: Activos Fijos

Recurso	Unidad de medida	Cantidad	Costo unitario	Total
Laptops	pza.	6	799.00	4794
Impresora	pza.	2	549.00	1098
Escritorios y sillas giratorias	pza.	5	549.00	2745
Mesa de reuniones con sillas	pza.	1	3500.00	3500
Muebles de espera	pza.	1	1400.00	1400
Equipos Audiovisuales (TV)	pza.	1	2000.00	2000
Proyector y pantalla de proyección	pza.	1	1449.00	1449
Aire Acondicionado portátil	pza.	1	949.00	949
Total			11195.00	17935.00

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 11: Presupuesto

Estructura de Desglose del Trabajo				Unid. Medida	cantidad	precio unitario	costo total
1			Activo fijo tangible				16,240
	1.1		Infraestructura				2,000
			Acondicionamiento del Local	Global	1	2000	2,000
	1.2		Maquinaria, equipos, herramientas				14,240
		1.2.1	maquinaria y equipos.				6,395
			laptop	unidad	1	799.00	799
			Proyector Multimedia	unidad	2	1449.00	2,898
			Aire Aconcionado	unidad	1	949.00	949
			Impresora	unidad	1	549.00	549
			Equipo de Sonido	unidad	1	1200	1,200
		1.2.2	herramientas				200
			Mantenimiento Local	kit	1	200	200
		1.2.3	enseres				7,645
			Escritorios y sillas Giratorias	unidad	5	549.00	2,745
			Mesa para Reuniones y Sillas	unidad	1	3500.00	3,500
			Muebles de Espera	unidad	1	1400.00	1,400
2			Activo fijo intangible				1,900
	2.1		Certificado, registro, licencia				700
			licencia municipal	unidad	1	300	300
			Gestiones Constitucion de Empresa	Servicio	1	400	400
	2.2		fortalecimiento de capacidades				1,200
		2.2.1	capacitaciones				1,200
			Marketing y Ventas	Taller	2	300	600
			Proceso de Incubacion y Desarrollo empresarial	Taller	2	300	600
3			Capital de trabajo				66,028
	3.1		materiales e insumos				28
			Hojas Bond	Millar	2	14	28
	3.2		suministros y servicios				1,200
			internet	mes	12	100	1,200
	3.3		mano de obra				64,800
			Consultores	Año	3	21600	64,800
4			Otros gastos				23,060
	4.2		comercialización				21,600
			marketingo	año	1	21600	21,600
	4.3		administrativos				360
			gastos admistrativos	mes	12	30	360
	4.4		mantenimiento				500
			mantimineto oficina	mes	10	50	500
	4.5		financiero e impuestos				600
			mantenimiento bancos	mes	12	50	600
							107,228

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 12: Flujo de Caja Proyectado

	0	1	2	3	4	5
Flujo de Caja	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Ingresos por ventas		275,468	413,203	619,804	929,706	1,394,559
Costos de venta y Gastos Administrativos y Ventas		193,680	220,795	251,706	286,945	327,117
Impuestos (18%)						
Flujo de Caja Operativo	0	81,789	192,408	368,098	642,761	1,067,442
Inversión						
Activos Fijos	16,240					
Intangibles	24,960					
Capital de trabajo	66,028					
Flujo de Inversión	107,228					
Flujo de Caja Económico	-107,228	81,789	192,408	368,098	642,761	1,067,442
FLUJO DE CAJA SIMPLIFICADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO 5
(A) INGRESOS TOTALES	48,100	275,468	413,203	619,804	929,706	1,394,559
(B) EGRESOS TOTALES	-107,228	-193,680	-220,795	-251,706	-286,945	-327,117
(C) FLUJO DE CAJA NETO	-59,128	81,789	192,408	368,098	642,761	1,067,442
DESCRIPCIÓN	PERIODO					TOTAL
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Flujo de caja económico	-107228	81789	192408	368098	642761	1067442

Fuente: Elaboración Propia

VNA S/. 1,411,462.74: Es positivo y el valor muestra la viabilidad económica de implementar el plan de negocios en consultoría turística

TIR 235% : Es elevada, por lo que nos sugiere que es una buena opción invertir en el Plan de negocio.

Resultados Esperados

Tabla 13: Resultados Esperados

Ítem	Indicador	Meta	Período	Fundamentación
1	Generador de ideas	80%	3 meses	Se puede llegar a la integración del 80% de la idea porque debe ser una iniciativa sólida, y correctamente analizada.
2	Decisión (iniciar proyecto)	100%	6 meses	Se puede llegar a un 100% de la iniciativa para satisfacer la necesidad de los interesados
3	Nivel de Compromiso	80%	12 meses	Se puede llegar a la integración de un 80% de compromiso porque reflejaría la implicación intelectual y emocional de éstos con su empresa.
4	Gestión y control	70%	8 meses	Se puede llegar a la integración de un 70% estando eficientemente coordinados para conseguir los objetivos y controlando la forma en que se desarrolla.
5	Contexto/Tendencias	80%	8 meses	Se puede llegar a la integración de un 80% en profundizar cada vez más algunas de las preferencias o inquietudes de los clientes.
6	Clientes	100%	6 meses	Se puede llegar a la integración del 100% es la clave del éxito en una consultoría está en la relación de confianza que se establezca entre consultor y cliente.
7	Competencia	50%	6 meses	Se puede llegar a la integración del 50% que siempre es recomendable contar con profesionales expertos, dada la competencia que puedan haber.
8	Estimación de Ventas	80%	6 meses	Se puede llegar a la integración del 80% ante cualquier cosa es importante tener un conocimiento sólido del mercado en el que se está trabajando.
9	Flujo de caja	80%	6 meses	Se puede llegar a la integración del 80% nos permite saber cómo la empresa ha obtenido y gastado y cuál es su efectivo disponible al final del periodo.
10	Nivel de Capacitación	90%	6 meses	Se puede llegar a un 90% aumentando la productividad y la calidad del trabajo, lograr que el personal se sienta identificado en la consultoría.
11	Habilidades Negociadoras	80%	6 meses	Se puede llegar a un 80% de habilidad para influir y persuadir a los demás, tener capacidad de convencer a los clientes brindando los beneficios respectivos.

12	Desarrollar oportunidades	80%	6 meses	Se puede llegar a un 80%, las oportunidades que se nos presenten en el momento preciso, permitiendo el desarrollo de nuevos servicios a los clientes.
13	Económico, Tecnológico, Humano	80%	5 meses	Es importante en los negocios, as empresas que emplean esto, siempre resaltan más en cuanto a captar clientes.

Fuente: Elaboración Propia

ANEXO 7: Validación de la Propuesta de Solución



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FILIAL CHICLAYO

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS - MBA

FICHA DE EVALUACIÓN DE PROPUESTA DE SOLUCIÓN POR JUICIO DE
EXPERTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de
Servicios Turísticos en Lambayeque”

AUTORA:

Cabrejos Bravo Yuliana Del Rosario

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO:

NOMBRE:

Gerson David Cárdenas Angulo

TÍTULO UNIVERSITARIO: Licenciado en Turismo y Negocios

POSTGRADO: Maestro en Ecoturismo

OTRA FORMACIÓN: Especialización en Business Administration

Formulación y Evaluación de Planes de Eco Negocios

OCUPACIÓN ACTUAL: GERENTE DE LA CAMARA DE TURISMO DE
LAMBAYEQUE

FECHA DE LA ENTREVISTA: 16 DE JUNIO

Mensaje al especialista:

En la Universidad César Vallejo – Filial Chiclayo, se está realizando una investigación dirigida a elaborar un *Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque*. Por tal motivo, se requiere de su reconocida experiencia, para corroborar que la propuesta de esta investigación genera los resultados establecidos en la hipótesis. Su información será estrictamente confidencial. Se agradece por el tiempo invertido.

1. En la tabla siguiente, se propone una escala del 1 al 5, que va en orden ascendente del desconocimiento al conocimiento profundo. Marque con una “X” conforme considere su conocimiento sobre el tema de la tesis evaluada.

1 Ninguno	2 Poco	3 Regular	4 Alto x	5 Muy alto
--------------	-----------	--------------	-------------	---------------

2. Sirvase marcar con una “X” las fuentes que considere han influenciado en su conocimiento sobre el tema, en un grado alto, medio o bajo.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN	GRADO DE INFLUENCIA DE CADA UNA DE LAS FUENTES EN SUS CRITERIOS		
	A (ALTO)	M (MEDIO)	B (BAJO)
a) Análisis teóricos realizados. (AT)	x		
b) Experiencia como profesional. (EP)	x		
c) Trabajos estudiados de autores nacionales. (AN)	x		
d) Trabajos estudiados de autores extranjeros. (AE)	x		
e) Conocimientos personales sobre el estado del problema de investigación. (CP)	x		


Firma del entrevistado

Anexo: Hoja de vida.

Mensaje al especialista:

En la Universidad César Vallejo – Filial Chiclayo, se está realizando una investigación dirigida a elaborar un *Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque*". Por tal motivo, se requiere de su reconocida experiencia, para corroborar que la propuesta de esta investigación genera los resultados establecidos en la hipótesis. Su información será estrictamente confidencial. Se agradece por el tiempo invertido.

1. En la tabla siguiente, se propone una escala del 1 al 5, que va en orden ascendente del desconocimiento al conocimiento profundo. Marque con una "X" conforme considere su conocimiento sobre el tema de la tesis evaluada.

1	2	3	4	5
Ninguno	Poco	Regular	Alto X	Muy alto

2. Sirvase marcar con una "X" las fuentes que considere han influenciado en su conocimiento sobre el tema, en un grado alto, medio o bajo.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN	GRADO DE INFLUENCIA DE CADA UNA DE LAS FUENTES EN SUS CRITERIOS		
	A (ALTO)	M (MEDIO)	B (BAJO)
a) Análisis teóricos realizados. (AT)	X		
b) Experiencia como profesional. (EP)	X		
c) Trabajos estudiados de autores nacionales. (AN)	X		
d) Trabajos estudiados de autores extranjeros. (AE)	X		
e) Conocimientos personales sobre el estado del problema de investigación. (CP)	X		


Firma del entrevistado

Anexo: Hoja de vida.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FILIAL CHICLAYO

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS - MBA

FICHA DE EVALUACIÓN DE PROPUESTA DE SOLUCIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

"Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque"

AUTORA:

• Cabrejos Bravo Yuliana Del Rosario

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO:

NOMBRE:

Daniel Enrique Porillo Antinori

TÍTULO UNIVERSITARIO: Licenciado en Turismo y Negocios

POSTGRADO:

OTRA FORMACIÓN:

Ocupación actual: Docente

FECHA DE LA ENTREVISTA: 17 de Junio de 2020

Mensaje al especialista:

En la Universidad César Vallejo – Filial Chiclayo, se está realizando una investigación dirigida a elaborar un *Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque*. Por tal motivo, se requiere de su reconocida experiencia, para corroborar que la propuesta de esta investigación genera los resultados establecidos en la hipótesis. Su información será estrictamente confidencial. Se agradece por el tiempo invertido.

1. En la tabla siguiente, se propone una escala del 1 al 5, que va en orden ascendente del desconocimiento al conocimiento profundo. Marque con una "X" conforme considere su conocimiento sobre el tema de la tesis evaluada.

1 Ninguno	2 Poco	3 Regular	4 Alto	5 Muy alto
--------------	-----------	--------------	-----------	---------------

2. Sirvase marcar con una "X" las fuentes que considere han influenciado en su conocimiento sobre el tema, en un grado alto, medio o bajo.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN	GRADO DE INFLUENCIA DE CADA UNA DE LAS FUENTES EN SUS CRITERIOS		
	A (ALTO)	M (MEDIO)	B (BAJO)
a) Análisis teóricos realizados. (AT)		X	
b) Experiencia como profesional. (EP)	X		
c) Trabajos estudiados de autores nacionales. (AN)			
d) Trabajos estudiados de autores extranjeros. (AE)			
e) Conocimientos personales sobre el estado del problema de investigación. (CP)		X	

Firma del entrevistado

Anexo: Hoja de vida.

Estimado(a) experto(a):

Con el objetivo de corroborar que la hipótesis de esta investigación es correcta, se le solicita realizar la evaluación siguiente:

1. ¿Considera adecuada y coherente la estructura de la propuesta?

Adecuada ☒ Poco adecuada ☐ Inadecuada ☐

2. ¿Considera que cada parte de la propuesta se orienta hacia el logro del objetivo planteado en la investigación?

Totalmente ☒ Un poco ☐ Nada ☐

3. ¿En la investigación se han considerado todos los aspectos necesarios para resolver el problema planteado?

Todos ☒ Algunos ☐ Pocos ☐ Ninguno ☐

4. ¿Considera que la propuesta generará los resultados establecidos en la hipótesis?

Totalmente ☒ Un poco ☐ Ninguno ☐

5. ¿Cómo calificaría cada parte de la propuesta?

N	Aspecto/Dimensión/ Estrategia	Excelente	Buena	Regular	Inadecuada
1	Plan estratégico (Definición de la Misión, Visión, Fuerzas Competitivas)	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	Plan de Mercadeo (Estrategia de Segmentación, diferenciación, marketing)	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. ¿Cómo calificaría a toda la propuesta?

Excelente ☒ Buena ☐ Regular ☐ Inadecuada ☐


Firma del entrevistado

7. ¿Qué sugerencias les haría a los autores de la investigación para lograr los objetivos trazados en la investigación?

Una consulta resolver problemas, siendo la implementación de recursos técnicos, tan amplios y particulares, importante para la implementación dentro el museo de la y de la cultura.


Firma del entrevistado



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FILIAL CHICLAYO

ESCUELA DE POST GRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS - MBA

FICHA DE EVALUACIÓN DE PROPUESTA DE SOLUCIÓN POR JUICIO DE EXPERTO

TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN:

“Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque”

AUTORA:

- Cabrejos Bravo Yuliana Del Rosario

DATOS INFORMATIVOS DEL EXPERTO:

NOMBRE:

José Antonio Paz Perinango

TÍTULO UNIVERSITARIO: Licenciado en Ciencias Histórico Sociales

POSTGRADO: Maestro en Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras

OTRA FORMACIÓN: Especialista Profesional en Promoción Turística

OCUPACIÓN ACTUAL: Docente Universitario

FECHA DE LA ENTREVISTA: 22 de junio del 2020

Mensaje al especialista:

En la Universidad César Vallejo – Filial Chiclayo, se está realizando una investigación dirigida a elaborar un *Plan de Negocio para la Implementación de una Consultora de Emprendimientos de Servicios Turísticos en Lambayeque*. Por tal motivo, se requiere de su reconocida experiencia, para corroborar que la propuesta de esta investigación genera los resultados establecidos en la hipótesis. Su información será estrictamente confidencial. Se agradece por el tiempo invertido.

1. En la tabla siguiente, se propone una escala del 1 al 5, que va en orden ascendente del desconocimiento al conocimiento profundo. Marque con una “X” conforme considere su conocimiento sobre el tema de la tesis evaluada.

1 Ninguno	2 Poco	3 Regular	4 X Alto	5 Muy alto
--------------	-----------	--------------	-------------	---------------

2. Sirvase marcar con una “X” las fuentes que considere han influenciado en su conocimiento sobre el tema, en un grado alto, medio o bajo.

FUENTES DE ARGUMENTACIÓN	GRADO DE INFLUENCIA DE CADA UNA DE LAS FUENTES EN SUS CRITERIOS		
	A (ALTO)	M (MEDIO)	B (BAJO)
a) Análisis teóricos realizados. (AT)	X		
b) Experiencia como profesional. (EP)	X		
c) Trabajos estudiados de autores nacionales. (AN)	X		
d) Trabajos estudiados de autores extranjeros. (AE)	X		
e) Conocimientos personales sobre el estado del problema de investigación. (CP)	X		


Firma del entrevistado

Anexo: Hoja de vida.

Estimado(a) experto(a):

Con el objetivo de corroborar que la hipótesis de esta investigación es correcta, se le solicita realizar la evaluación siguiente:

1. ¿Considera adecuada y coherente la estructura de la propuesta?

Adecuada X Poco adecuada ____ Inadecuada ____

2. ¿Considera que cada parte de la propuesta se orienta hacia el logro del objetivo planteado en la investigación?

Totalmente X Un poco ____ Nada ____

3. ¿En la investigación se han considerado todos los aspectos necesarios para resolver el problema planteado?

Todos X Algunos ____ Pocos ____ Ninguno ____

4. ¿Considera que la propuesta generará los resultados establecidos en la hipótesis?

Totalmente X Un poco ____ Ninguno ____

5. ¿Cómo calificaría cada parte de la propuesta?

N	Aspecto/Dimensión/ Estrategia	Excelente	Buena	Regular	Inadecuada
1	Plan estratégico (Definición de la Misión, Visión, Fuerzas Competitivas)	<u>X</u>			
2	Plan de Mercadeo (Estrategia de Segmentación, diferenciación, marketing)		<u>X</u>		

6. ¿Cómo calificaría a toda la propuesta?

Excelente X Buena ____ Regular ____ Inadecuada ____

Firma del entrevistado

7. ¿Qué sugerencias les haría a los autores de la investigación para lograr los objetivos trazados en la investigación?

Participación activa entre trabajadores y colaboradores de la empresa.

José A. Díaz Leiva
Firma del entrevistado



Gráfico1. Componentes de los Planes de Negocios.
Fuente: Pratts Group (2014) Unidad de emprendimiento



Gráfico 2. Dimensiones de Plan de Negocio.
Fuente: Juan M. Higuira (2014)

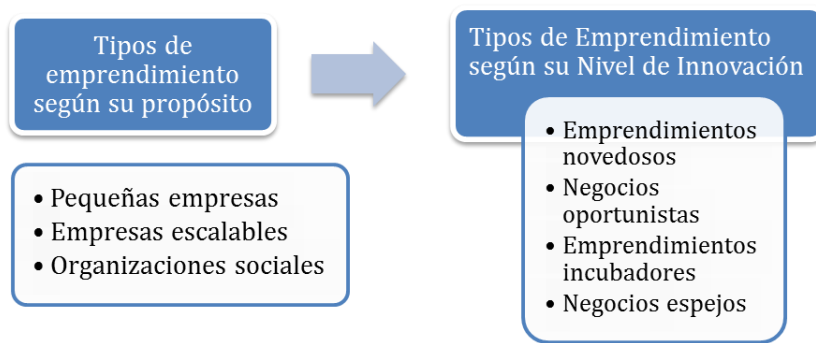


Gráfico 3: Tipos de Emprendimientos
Fuente: Rock Content (2018)

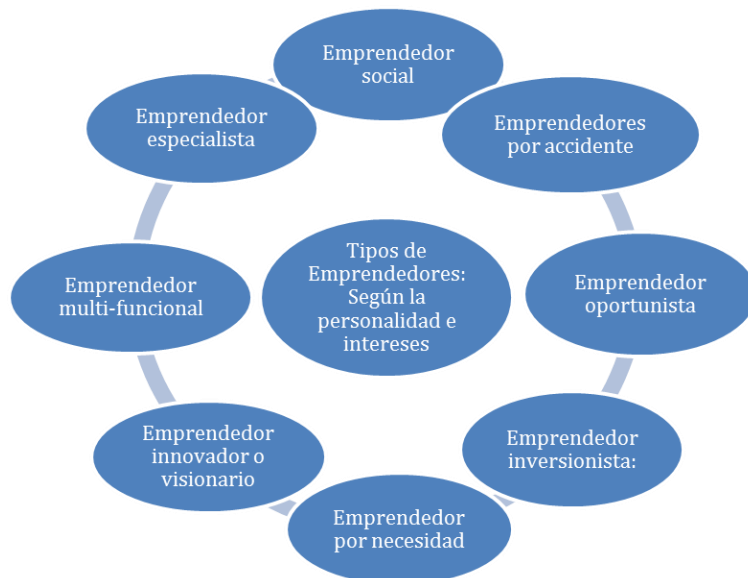


Gráfico 4: Tipos de Emprendedores
Fuente: Rock Content (2018)

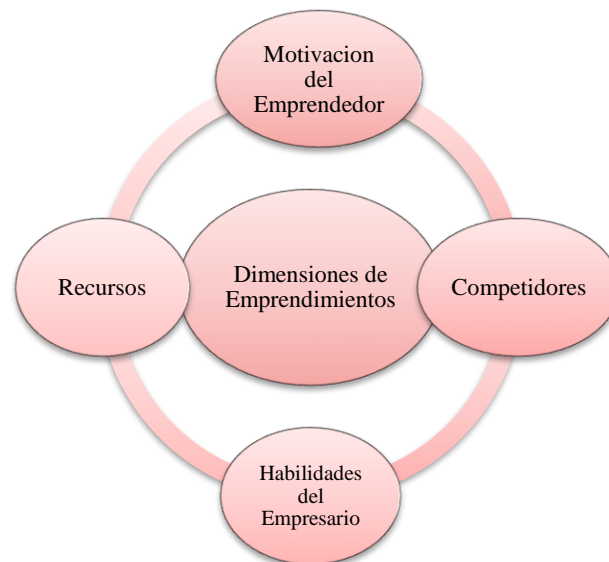


Gráfico 5: Dimensiones de Emprendimiento
Fuente: Elaboración propia



Gráfico 6: Tipos de Coaching
Fuente: Bayón (2011) Teoría general del Coaching

FASES DEL PROCESO DE COACHING		
PRE	FASE DE ACUERDO	
IN	FASE DE PREPARACION	
	FASE DE EJECUCION	Sesión Inicial
		Sesiones de Desarrollo
POST	FASE DE SEGUIMIENTO	
	FASE DE EVALUACION	

Gráfico 7: Fases del Proceso de Coaching
Fuente: Bayón (2011) Teoría general del Coaching

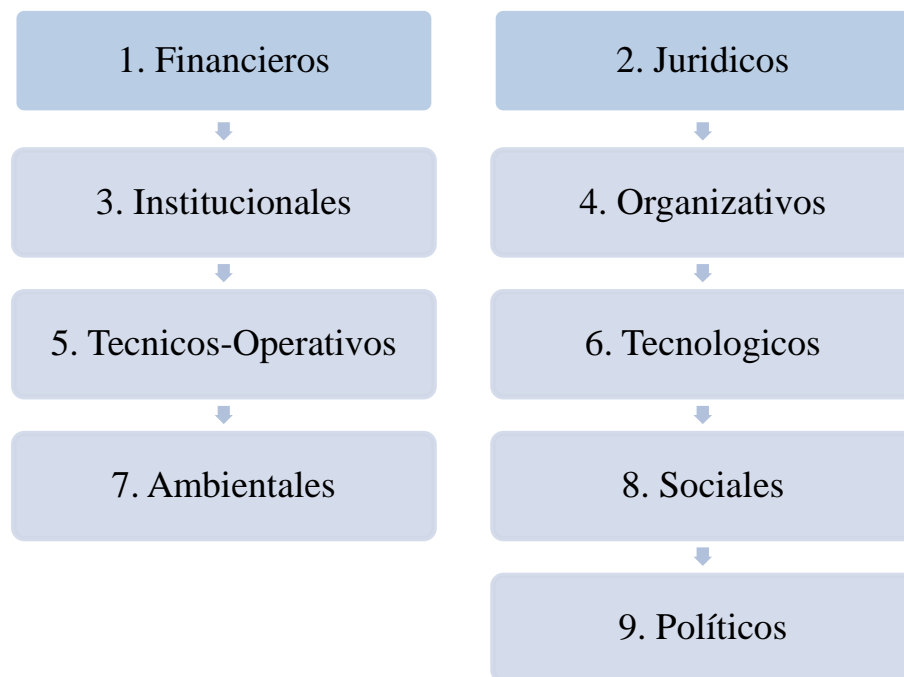


Gráfico 8: Dimensiones de la Viabilidad
Fuente: Sobrero (2009)

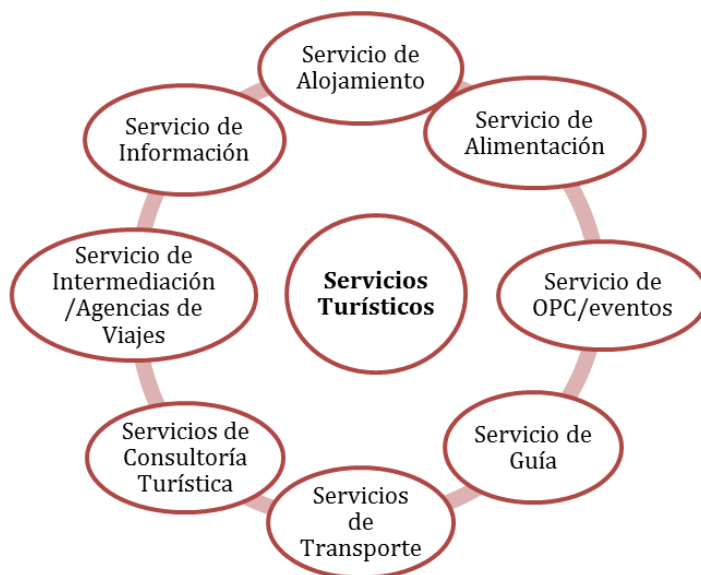


Gráfico 9: Servicios turísticos
Fuente: OEA (1980)

Tabla 1: Tipos de Viabilidad

Aspectos Técnicos	Viabilidad Socioeconómica	Viabilidad Institucional
<ul style="list-style-type: none"> • Consiente en establecer la aptitud y relación de la investigación respectiva con el objetivo propio del propósito • Ideas fundamentales, la extensión que interceden, recursos y acciones. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establece si el propósito crea positivamente dichos beneficios. • La evaluación se encuentra en condición aceptable ya sea regional o local. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de los mecanismos de ejecución. • Capacidad institucional para su ejecución.

Fuente: Elaboración propia en base al análisis de los tipos de viabilidad